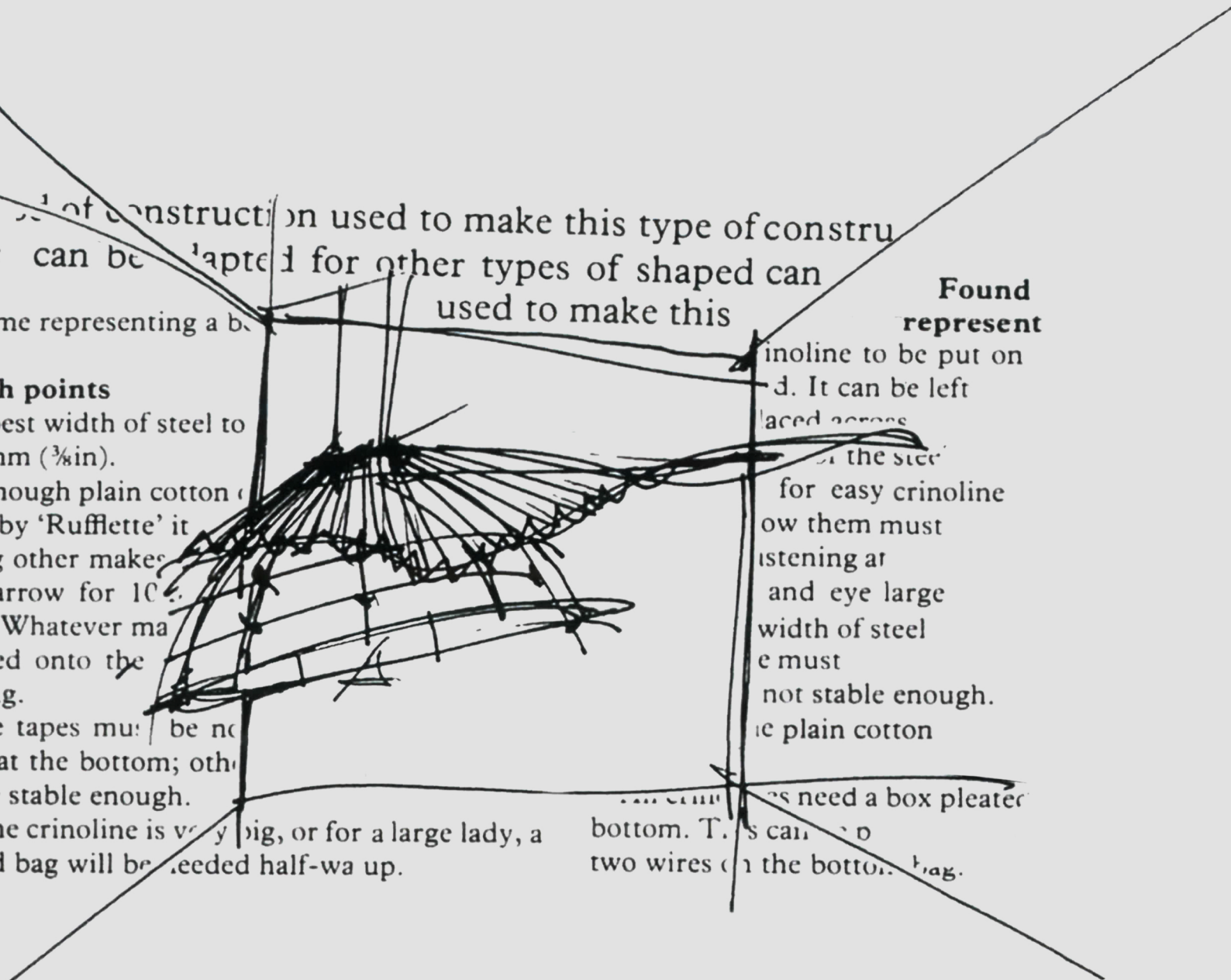


ARQUITECTURA & MODA

Espacios del cuerpo



Autor: Sandra Poto

Tutor: Cristina Jover Fontanals

Máster Universitario en Estudios Avanzados en Arquitectura Barcelona, MBArch
Proyecto, Proceso y Programación
Curso 2015-2016

Universidad Politécnica de Cataluña UPC
Escuela Técnica Superior de Arquitectura ETSAB

Fotografía de portada: montaje sacado del catálogo de la bienal de Florencia,
Il tempo e la moda.

“La moda es arquitectura. Es una cuestión de proporciones.”

Coco Chanel

ÍNDICE

7	INTRODUCCIÓN
11	LOS TRAJES DE LOS ARQUITECTOS
25	TRAJE vs MODA HENRY VAN DE VELDE - <i>"The Artistic improvement of women's clothing"</i> JOSEF HOFFMANN - <i>"The individual dress"</i> ADOLF LOOS - <i>"La moda de caballero", "La moda de señora", "Los sombreros de caballero"</i> LILLY REICH - <i>"Questions of fashion"</i> EDUARD JOSEF WIMMER-WISGRILL - <i>"On the becoming of fashion"</i>
41	LAS ARQUITECTURAS DEL CUERPO
53	LAS CATEDRALES DE LA MODA
63	BIBLIOGRAFÍA
65	CRÉDITOS DE IMÁGENES
71	ANEXO Línea del tiempo - Arquitectos - Diseñadores

Introducción

El vínculo que existe entre la disciplina arquitectónica y el diseño de moda es aparentemente muy sutil y complejo de analizar si se considera el mundo de la moda como algo efímero y transitorio.

Es solo a través de una mirada más atenta y menos superficial que se consigue apreciar como esta relación es más profunda de lo que parece.

El presente trabajo estudia, bajo cuatro enfoques distintos, las relaciones que existen entre estas dos disciplinas. Son cuatro miradas, aparentemente lejanas, enlazadas entre ellas por un único hilo conductor: sus protagonistas.

Tanto los arquitectos como los diseñadores de moda comparten el mismo patrón, un diseño bidimensional, a partir del cual construyen un espacio. Un espacio para envolver el cuerpo, para protegerlo y acompañarlo en sus movimientos. Una envolvente espacial que se materializa en un hogar y en una prenda.

El primer ámbito de trabajo analiza la vestimenta de los arquitectos del siglo XX y XXI.

La metodología de estudio se basa en el análisis de las instantáneas que retratan los protagonistas en su vida profesional y personal. La vestimenta se analiza siempre en relación con los acontecimientos que paralelamente condicionan el mundo de la moda. A través de este estudio se aprecia como, tanto los arquitectos como las arquitectas, se someten a las pautas impuestas por la moda. Los hombres hasta los años ochenta lucen trajes de chaqueta con corbata o pajarita, las mujeres llevan prendas elegantes e innovadoras, conformes a los nuevos roles que están ejerciendo. En los años ochenta los diseñadores de moda proponen un tipo de prenda más informal y cómoda, los arquitectos conforman su vestimenta a este nuevo código de indumentaria. El traje de chaqueta desaparece y las prendas tienden hacia un estilo más versátil e informal. En el atuendo, tanto femenino como masculino, aparece una constante: el color negro. La consideración personal que surge a raíz de este análisis es que probablemente la elegancia otorgada, años atrás, por el traje de chaqueta y las elegantes prendas femeninas, persiste hoy en día en el uso de este color.

El segundo ámbito de trabajo analiza los ensayos de los arquitectos de principio de siglo XX, que abordan el tema de la moda y de la vestimenta.

Henry van de Velde, Josef Hoffmann, Adolf Loos, Lilly Reich y Eduard Wimmer, son los protagonistas de este estudio. Cada uno aborda estos temas bajo un enfoque distinto, pero por lo general el concepto de moda se aleja del concepto de vestido. La moda representa lo estilístico, lo caprichoso y lo transitorio, mientras el vestido se hace portador de valores arquitectónicos. Para los arquitectos Henry van de Velde y Josef Hoffmann, la vestimenta femenina se concibe como parte del conjunto arquitectónico interior de un hogar. Para Loos la vestimenta masculina, entendida como elemento ajeno al mundo de la moda, es una pieza depurada de todo tipo de ornamento, una nueva tipología arquitectónica sujeta a los ritmos de la industrialización

y de la estandarización. Lilly Reich, en su ensayo define la moda como una disciplina y declara su indiscutible relación con la industria. Las prendas, para ella, son objetos de uso y no obras de arte, representan el espíritu y expresan el alma del portador que con ellas se funde. El arquitecto Eduard Wimmer aborda el tema de la moda y del vestido con un enfoque más contemporáneo. Analiza el desarrollo de la vestimenta femenina de esos años en relación con los acontecimientos sociales y culturales de la época. Por lo general, la actividad teórica de estos arquitectos se acompaña con la práctica de diseño, proponiendo prendas que responden a estos principios teórico-arquitectónicos. Los arquitectos se convierten en “diseñadores de moda” y, por primera vez, esta disciplina se asimila a la práctica arquitectónica.

El tercer ámbito de trabajo estudia, bajo un enfoque arquitectónico, el desarrollo de la vestimenta femenina desde 1850 hasta el día de hoy. El axioma de partida es considerar el traje como una ‘pieza de arquitectura’. Para este análisis se arma una línea del tiempo con las prendas que se consideran más significativas, por forma, estructura y materiales. El hilo conductor de esta investigación es la relación que existe entre el cuerpo y su envolvente. Un envolvente que como un edificio se compone por una estructura y una piel. Considerar el traje como la suma de estas dos componentes y relacionarlo al contenido que envuelve, el cuerpo humano, plasma una mirada que va más allá de la moda entendida como estilo y tendencia.

El cuarto y último ámbito de trabajo trata el tema de los espacios comerciales, desde las primeras *boutiques* definidas *magasin des nouveautés* hasta las tiendas de marca del siglo XXI.

Diversos arquitectos se dedican al diseño de espacios comerciales, cuya evolución es directamente proporcional al producto que ofrecen. El escaparate, entendido como pieza de un conjunto arquitectónico y la puesta en escena de sus productos es un tema ampliamente tratado por los arquitectos del siglo XX. En el siglo XXI, este concepto cambia de forma radical y el edificio comercial en su totalidad se convierte en el escaparate de la firma.

Los temas tratados en los cuatro ámbitos de trabajo son extensos, encauzan posibles estudios posteriores y permiten múltiples enfoques. El objetivo principal de este estudio es ofrecer una mirada distinta y algunas veces poco convencional hacia las relaciones, más o menos directas, que pueden existir entre la arquitectura y el diseño de moda.



Los trajes de los arquitectos

“Lo que vale el hombre, vale la corbata, a través de ella, se revela y se manifiesta el hombre. Basta con echar un vistazo a esa parte del cuerpo que une la cabeza con el pecho. ¿Como sería un hombre meticuloso, seco y egoísta?. Usaría una corbata rígida, almidonada, sin un pliegue, con el lazo plano, cuadrado, simétrico como si el compás de geómetra lo hubiera trazado.”¹

Honoré de Balzac

En su obra de 1832, *“Arte de ponerse la corbata de mil y unas maneras”*, el novelista francés Honoré de Balzac señala en 18 breves lecciones hasta treinta y seis formas diferentes de ponerse la corbata. Formas para toda clase de fortunas, para todas épocas, para todos los temperamentos, y para todas las situaciones de la vida.

El arquitecto Josef Hoffman en su escrito de 1909, *“The individual Dress”*, no se aleja mucho de estas reflexiones, considerando la vestimenta como el reflejo del carácter de cada uno y como la expresión de la propia individualidad.

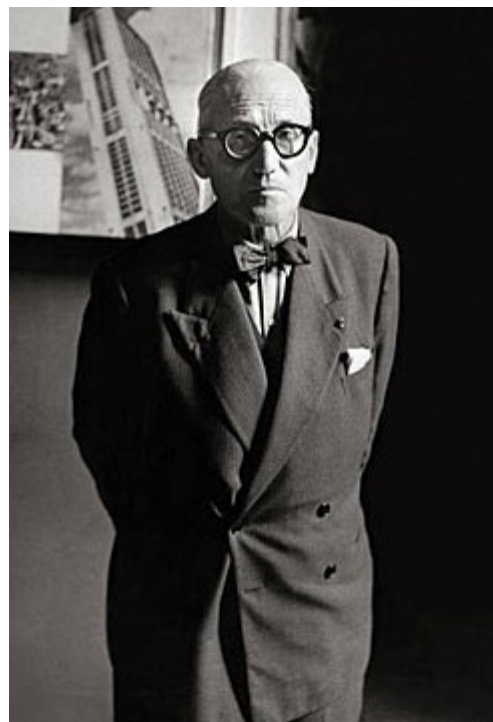
Resulta entonces, interesante y divertido, partiendo de estos presupuestos, captar, a través de la vestimenta, la esencia y el carácter de esos arquitectos que a partir del siglo XX han hecho la historia de la arquitectura moderna; considerar y analizar, a través de las imágenes, la faceta profesionales y personales de cada uno bajo un nuevo enfoque: la vestimenta.

Las instantáneas más publicadas los muestran en sus talleres, en eventos de carácter oficial y en conferencias, pero hay muchas otras, menos conocidas, que los retratan en sus momentos más íntimos, de amistad y de ocio.

En algunos casos son los mismos arquitectos que declaran públicamente lo que quieren expresar a través de su apariencia;

Le Corbusier (1887-1965) solía decir que *“un arquitecto debe tener el aspecto serio de un ingeniero, necesita ser distinguido sin llegar a parecer un artista bohemio, pero debe alejarse del físico de los caballeros ingleses”²*.

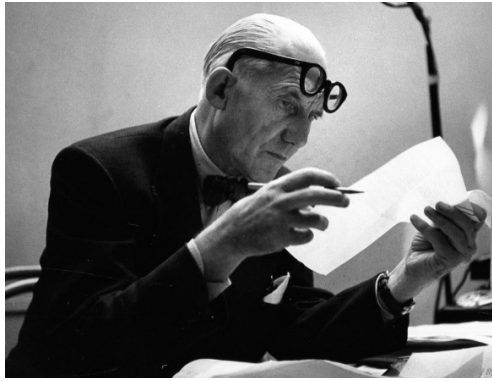
Probablemente su pajarita junto a sus gafas de pasta, que se convirtieron en las más famosas de la historia, reflejan, como dice Balzac, un hombre meticuloso, seco y egoísta. Hay muy pocas imágenes que retratan a Le Corbusier con una corbata. La pajarita es su *Dress code*, tanto de día como en los eventos oficiales; destaca por sus tonos generalmente oscuros y por sus fantasías divertidas: de puntos, de cuadros de rayas gruesas y rayas finas. La caricatura que aparece en 1932, en el primer número de la revista *De 8 on Opbouw*, junto al texto que anuncia su conferencia, sintetiza sus elementos más distinguidos (fig. 6). Su pajarita, junto a sus gafas, con un armazón de pasta negra bien marcado y su traje, por lo general oscuro y cruzado, marcaron una tendencia entre muchos arquitectos posteriores.



1 Balzac H., *Arte de ponerse la corbata de mil y una manera*. Editorial MAXTOR, Madrid, 2011, p.83.

2 Zabalbeascoa A., Rodríguez M.J., *Vidas construidas - biografías de arquitectos*. Editorial Gustavo Gili, Barcelona, 2005, p.227.

02 Le Corbusier en su atelier, 1955.



Architect Le Corbusier, Parijs, spreekt 11 en 13 Januari a.s. te Rotterdam voor het genootschap Nederland-Frankrijk, afdeling Rotterdam. 12 Januari voor Civiel en Bouwkundig Studentengenootschap „Praktische Studie” van de Technische Hoogeschool te Delft.

In verband hiermede organiseert de Rotterdamsche Kunstkring van 8—15 Januari een tentoonstelling van fotos naar zijn werk, Witte de Withstraat 35, Rotterdam.

15 JANUARI ORGANISEERT „DE 8” EEN LEZING MET LICHTBEELDEN TE AMSTERDAM VAN LE CORBUSIER.

ONDERWERP: „ARCHITECTURE ET URBANISME.” (NADER BERICHT IN DE DAGBLADEN).



Si por una parte Le Corbusier declara la necesidad de alejarse del físico de los caballeros anglosajones, por la otra Adolf Loos, (1870-1933) en sus escritos remarca la supremacía de los sastres ingleses por la precisión en el corte y por la sobriedad y elegancia de las piezas. Muchos de sus amigos lo recuerdan siempre impecablemente vestido incluso en los momentos económicamente más difíciles *“Un joven es rico cuando tiene sentido común en la cabeza y un buen traje en el armario”* escribe el arquitecto en el artículo *“La moda masculina”* publicado en 1989. Loos es un experto en moda, sus trajes de sastre, sus calzados y sus sombreros son ejemplo de impecable elegancia.

En su vida viaja muchísimo, por trabajo y por ocio. Dos instantáneas de 1924 lo retratan en una cervecería de París con Margaretha Bauer, sentados en la terraza y junto al dueño frente al local (fig. 8,10). Su indumentaria es impecable: chaqueta, chaleco y pantalón del mismo tejido y color, zapatos de cordones y sombrero en la cabeza.

Con una indumentaria más informal aparece en la foto de 1930 junto a su mujer Clara Beck. El sobretodo, corto, cruzado con dos botones y la sonrisa marcada muestran a un Loos distinguido y jovial (fig. 11). Sus amigos lo recuerdan siempre con un gran sentido del humor: *“Pese a toda la estrategia, la guerra se perdió por culpa de las botas. Al ejército le sudaban los pies”*³ comentaba irónicamente el arquitecto. La foto tomada en 1929, en su elegante frac, el día de su boda, muestra esta faceta, alegre e irónica con la que pocas veces se ha considerado (fig. 12). La figura de Loos se asocia, por lo general, con la foto tomada por Wenzl Weis en 1914. En este retrato, el arquitecto aparece sentado en una silla con una actitud compuesta, una mirada profunda y con un abundante bigote que le otorga un aspecto aun más severo. Esta severidad disminuye unos años más tarde. En las instantáneas de los años veinte y treinta aparece completamente rasurado (fig. 7,9).

La maquinilla de afeitar, popularizada en esos años por el señor K:C: Gillette, revolucionó la imagen del hombre y el mismo Loos, se somete a las pautas de la nueva moda.

Escribe el artista y escritor Italiano Bruno Munari:

“La vieja navaja de afeitar del s. XIX estaba formada por una hoja muy afilada y un mango. La hoja, todavía en forma de cuchillo estaba articulada a un extremo del mango. (...) Afeitarse requería una cierta habilidad manual: había que darle a la hoja la inclinación justa y la presión necesaria. (...)”

*Fue utilizando una de estas navajas que una mañana de 1895, el señor K.C. Gillette tuvo la idea de proyectar un nuevo tipo de navaja “de seguridad”. El problema era el de reducir la peligrosidad de este viejo instrumento además de reducir sus costes y aumentar su practicidad. Mientras el señor Gillette se afeitaba, vio que la única cosa importante del instrumento era el afilado de la hoja y comprendió que no era necesario tener tanto metal en la mano cuando lo que realmente servía era el filo de la hoja. Y además se podía evitar la molestia de tener que afilar cada vez la hoja, y también se podía inventar un instrumento de forma que fuese imposible hacerse cortes peligrosos. Patentó la idea y en 1901 creó una sociedad en Boston para la fabricación de este nuevo tipo de maquinilla de afeitar. La producción total de 1903 fue de 51 maquinillas de afeitar y de 68 hojas; pero 1908 la producción aumentó a 300,000 maquinillas y 13,000,000 de hojas de afeitar.”*⁴

03 Le Corbusier con su pajarita de rayas.

04 Le Corbusier en su mesa de trabajo, 1953.

05 Le Corbusier, 1953. Foto de Willy Rizzo.

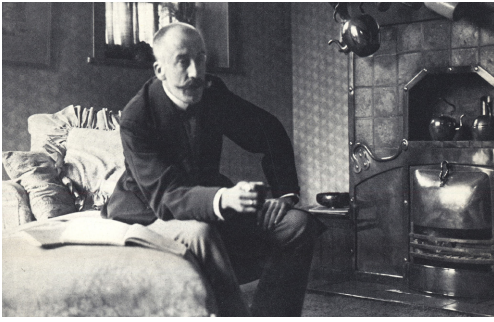
06 Anuncio de la conferencia impartida por Le Corbusier en el primer número de la revista *De 8 on Opbouw*, 1932.

3 Zabalbeascoa A., Rodríguez M.J., Op. Cit., p.157.

4 Munari B., *Cómo nacen los objetos*. Gustavo Gili, Barcelona, 1983, p. 50.



- 07 Adolf Loos, 1914. Foto de Wenzl Weis.
- 08 Adolf Loos con Margaretha Bauer en la terraza de la cervecería de Montmartre, París, 1924.
- 09 Adolf Loos, 1930.
- 10 Adolf Loos y Margaretha Bauer junto al dueño frente a la cervecería de Montmartre, París, 1924.
- 11 Adolf Loos con Clara Beck, 1930.
- 12 Adolf Loos el día de su boda con Clara Beck, 1929.
- 13 Adolf Loos durante una entrevista en Pilsen, República Checa, 1930.



El bigote, signo de virilidad masculina, sigue muy de moda a finales de siglo XIX: abundante, voluminoso y curvado hacia arriba en los extremos. A principios del siglo XX su conformación cambia y aparece más reducido y sin curvaturas. Las fotos de los arquitectos Henry van de Velde (1863-1957) y Josef Hoffmann (1870-1956), entre ellos contemporáneos, son un ejemplo de este proceso. Junto al bigote comparten también el uso del terno, chaleco, chaqueta y pantalón del mismo tejido que se populariza después de 1875.

Diversas fotos muestran van de Velde en los interiores de su casa de Bloemenwerf en la localidad de Uccle, en su taller, en sus salones y junto a su mujer. En la foto tomada en 1898 aparece con el bigote típico de finales de siglo XIX mientras en las fotos que lo retratan a principio de siglo XX su bigote aparece más reducido y su atuendo sigue manteniendo una elegancia indiscutible (fig. 14,15).

El desarrollo en la forma del bigote es evidente también en las fotos que retratan el arquitecto Josef Hoffmann en 1898 y 1931 (fig. 17,18). De interés es la instantánea de 1904 que inmortaliza al arquitecto junto al pintor Koloman Moser y Ferdinand Hodler en Viena en ocasión de la exposición dedicada a Hodler. Aquí Hoffmann aparece con bigote, sobretodo oscuro y sombrero de copa, muy de moda en aquel momento (fig.16).

En esos mismos años, el arquitecto estadounidense Frank Lloyd Wright (1867-1959) afirma:

"No pretendo ser el mayor arquitecto que haya existido hasta ahora, quiero ser el más grande que llegue a existir jamás".

Con esta pretensión guía su vida y su arquitectura. Su existencia es larga y prolífica, llega a escribir dos autobiografías con diversas versiones de su vida cambiando varias veces la fecha de su nacimiento según la mujer que tiene a su lado. *"Ninguno de sus famosísimos edificios preocupó tanto al genial arquitecto como el diseño de si mismo. Frank Lloyd Wright fue su trabajo más cuidado"*⁵

Un hombre de baja estatura, siempre inmaculadamente vestido y sentado a bordo de sus descapotables. Egocéntrico y altivo, tiene un don para vestir su personalidad. Su vestimenta, elegante, impoluta y extravagante es el reflejo de su carácter.

Muchas son las fotografías que muestran al arquitecto en actos oficiales, frente a sus edificios construidos y con sus alumnos en su escuela en Arizona; en otras aparece junto a sus amigos, con sus mujeres y en su automóvil.

Analizando las imágenes es posible identificar un *Dress Code* general del arquitecto, pero junto a ello hay que considerar esos picos de extravagancia, dignos de mención, que hoy podríamos ubicar en una pasarela de Karl Lagerfeld⁶.

Por lo general el atuendo que lo identifica es: traje de chaqueta recto con dos botones, pantalones con pliegue marcado, corbata, monóculo en el bolsillo, bufanda alrededor del cuello, sombrero en la cabeza y bastón en la mano izquierda.

La extravagancia radica en las originales formas de sus sombreros, en los tacones de sus zapatos más altos de lo normal para realzar su figura y en el uso en alternativa a la corbata, de pañuelos de raso atados al cuello con un gran lazo (fig.22). El egocentrismo se

14 Henry van de Velde en su casa de Bloemenwerf, 1898.

15 Henry van de Velde en su taller, 1912.

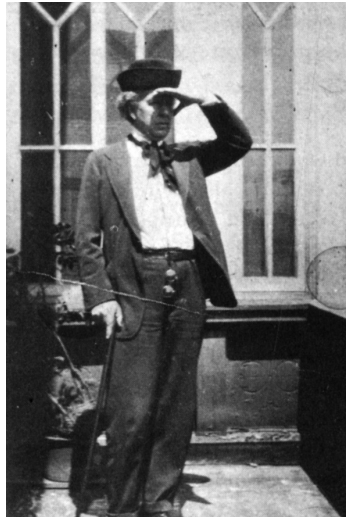
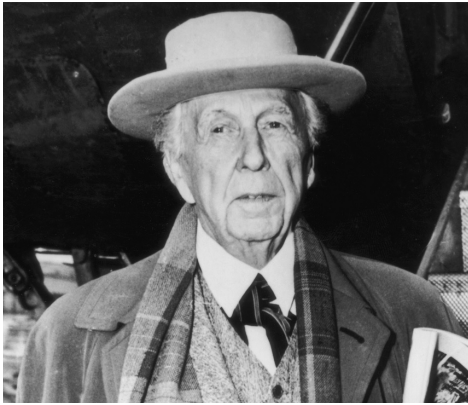
16 Josef Hoffmann, Koloman Moser y Ferdinand Hodler en Viena, 1904.

17 Josef Hoffmann, 1898.

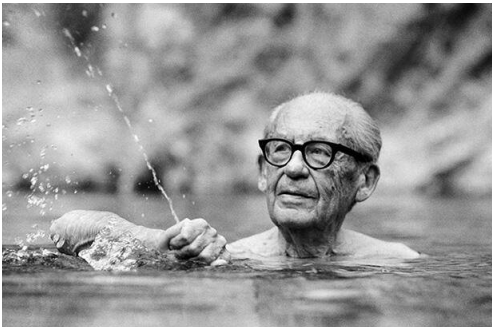
18 Josef Hoffmann, 1931.

5 Zabalbeascoa A., Rodríguez M.J., Op. Cit., p.124.

6 Diseñador de moda. Desde 1983 es el director creativo de la firma Chanel.



- 19 F.L.Wright con su bufanda alrededor del cuello.
- 20 F.L.Wright con su traje de chaqueta blanco, frente a su Mercedes Sedan 300S, 1950.
- 21 F. L. Wright con Bruno Zevi en la exposición *"Sixty year of living architecture"* en palacio Strozzi, Florencia, Junio 1951.
- 22 F.L.Wright con pañuelo de raso atado el cuello con un gran lazo.
- 23 F.L.Wright con sus gafas de sol rectangulares.



24 W. Gropius con su mujer Ise en el porche de su casa, Lincoln, 1940.

25 W. Gropius con su hija Ati, 1938.

26 W. Gropius en el agua.

27 W. Gropius pescando, 1940.

28 W. Gropius esquiando en traje de chaqueta.

manifiesta en los accesorios y en el uso de colores excéntricos, como por ejemplo el traje de chaqueta color blanco que luce frente a su Mercedes Sedan 300S (fig. 20). Pero la imagen que lo inmortaliza con sus gafas de sol de pasta rectangular es la síntesis de su verdadera esencia. Más que un arquitecto es una Rock star (fig. 23).

Actitud opuesta es la del arquitecto Walter Gropius (1883-1969) que en un prólogo a una monografía de su obra escribe:

"No he podido recapitular mi vida porque estaba ocupado en vivirla".

Fue un hombre riguroso, dedicado a la práctica arquitectónica así como a la enseñanza. Sus alumnos de la Bauhaus y de la Harvard University lo recuerdan siempre como un director de traje y peinado impolutos que se ocupaba con idéntico rigor de la enseñanza, de la intendencia o de las fiestas, alguien que hablaba mucho de arquitectura pero poco de arquitectos⁷.

El rigor, la elegancia y la gran humanidad de Gropius son los valores que destacan en casi todas las fotografías que se tienen de él. Las imágenes muestran un hombre involucrado en la práctica profesional pero igualmente entregado a su vida personal. Gropius, entre los arquitectos de la época, es el que posee más instantáneas relacionadas con su vida doméstica. Las fotos lo muestran con su mujer Ise Gropius en el porche y en el jardín de su casa en Lincoln, abrazado a su hija Ati y en momentos de ocio, pescando, esquiando o jugando en el mar (fig. 24-28).

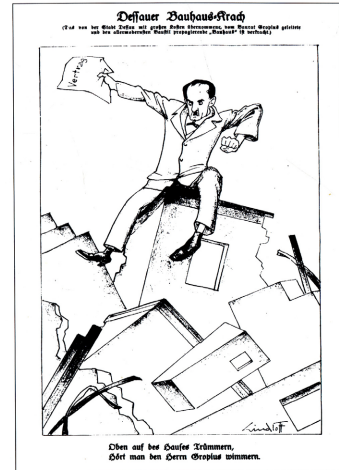
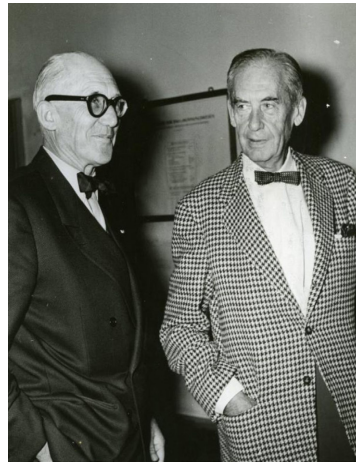
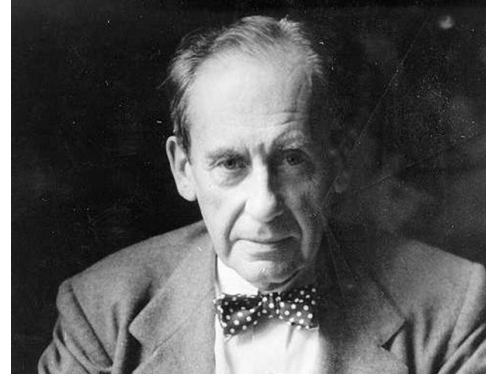
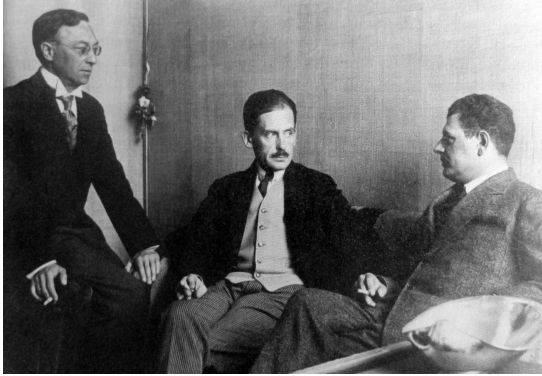
Las imágenes que certifican su incesante vida profesional son muchísimas y a través de ellas se percibe la elegancia de sus trajes, la atención en los detalles y la originalidad en la combinación de las prendas. Utiliza indistintamente la pajarita y la corbata. Los trajes de chaqueta suelen ser acompañados por el chaleco pero no en todas las imágenes aparece con ello. Las piezas de un traje no siempre son del mismo color y tejido, como en la foto junto al pintor Kandinsky y al arquitecto Oud en la inauguración de la exposición de la Bauhaus en 1923. Aquí el arquitecto luce un chaleco gris claro junto a un pantalón gris oscuro de rallas blancas y una chaqueta negra (fig. 29).

En la foto de 1955 destaca la originalidad de su atuendo. Aquí, junto al arquitecto Le Corbusier, Walter Gropius viste una chaqueta de pequeños cuadros blancos y negros con una pajarita oscura de pois blancos (fig. 32).

En otras circunstancias su vestimenta es más formal, como en la foto junto a los profesores de la Bauhaus en el tejado del edificio de Dessau en 1926 (fig. 34). En esta imagen todo el profesorado aparece en traje de chaqueta oscuro a excepción de Gunta Stölzl, la única profesora en la escuela. Walter Gropius y el pintor Kandinsky están ligeramente adelantados respecto al resto. Todos llevan sombrero menos Moholy Nagy y sus discípulos Bayer e Schmidt que aparecen con gorras, símbolo de una actitud democrática y del compromiso con la industria.

La misma formalidad aparece en el dibujo satírico *"The Dessau Bauhaus Cracks up"*, publicado en la revista Kladderadatsch el 4 de marzo de 1928 que ironiza sobre el fracaso de Gropius y de la Bauhaus. El arquitecto, a pesar de la caída, aparece impecablemente vestido con su traje de chaqueta y su pajarita (fig. 35).

Gropius muere a la edad de ochenta y seis años. La foto que lo



- 29 W. Gropius, Kandinsky y el arquitecto Oud en la inauguración de la exposición de la Bauhaus, 1923.
- 30 W. Gropius, hacia 1950.
- 31 W. Gropius, hacia 1920.
- 32 W. Gropius con Le Corbusier, 1955.
- 33 W. Gropius el día de su ochenta y seis cumpleaños, 1969.
- 34 Los profesores de la Bauhaus en el tejado del edificio de Dessau, 1926.
- 35 Dibujo satírico sobre el fracaso de W. Gropius y de la Bauhaus, publicado en la revista *Kladderadatsch*, 4 de marzo, 1928.



muestra junto a su hija y amigos celebrando su último cumpleaños es la síntesis de su vida. Hasta el final aparece impecablemente vestido y al paso con los tiempos. Su elegantísimo frac acompañado por un sobretodo *casual* color blanco, refleja su originalidad y capacidad de acomodar sus prendas a las tendencias del momento, manteniendo siempre el porte y la elegancia (fig. 33).

Mientras tanto, otro arquitecto declara no tener en la vida nada más que tres necesidades: *el Martini, los habanos y la ropa cara*⁸.

Ludwing Mies van der Rohe (1886-1969) sintetiza con pocas palabras todas sus fotografías. Muy escasas son las imágenes de su vida personal, prolíficos sus retratos.

En la foto tomadas en 1929 durante la ceremonia de inauguración del pabellón de Barcelona, junto al rey Alfonso XIII, Mies viste un elegante frac con chistera y monóculo (fig.39). La apariencia es de *grand seigneur*; un gusto heredado del arquitecto Behrens y que mantuvo hasta finales de los años treinta. Después de esta fecha el monóculo desaparece, los trajes de chaqueta siguen oscuros y cortados a medida por la sastrería Knize y del bolsillo izquierdo asoma siempre la punta de un pañuelo blanco. El habano en la mano derecha es un accesorio más de su atuendo. En casi todas las fotos aparece fumando o con un puro en la mano.

Hay una imagen de los años cuarenta donde Mies viste un traje recto de tres botones, uno de los más elegantes entre los trajes de chaqueta. Según el código de reglas del buen vestir, este traje debe llevarse completamente abrochado o como mucho se puede desabrochar el último botón pero nunca el primero. En esta foto Mies no presta atención a los detalles (fig. 37).

Junto a estos arquitectos hay también mujeres, que en estos mismos años, destacan en la práctica profesional. De ellas no se habla a menudo. Su trabajo suele quedar en la sombra y en el anonimato, eclipsado por las figuras masculinas a las que estuvieron ligadas en el curso de su carrera.

Entre ellas destacan como arquitectas y como mujeres las figuras de Eileen Gray (Jean Badovici), Lilly Reich (Mies van der Rohe) y Charlotte Perriand (Le Corbusier).

Eileen Gray (1878-1976) empieza a trabajar como artesana, más adelante como interiorista y diseñadora, y solo próxima a los cincuenta,



36 Mies van der Rohe en su estudio, Berlín, 1934.

37 Mies van der Rohe Mies en su traje recto de tres botones.

38 Mies van der Rohe en su apartamento, Chicago, 1965.

39 Mies van der Rohe junto al rey alfonso XIII el día de la inauguración del pabellón de Barcelona, 1929.

comienza a trabajar como arquitecta. Entre 1926 y 1929, construye en la Riviera Francesa para el arquitecto y su amante Jean Badovici, la villa E-1027 Maison en bord de mer. La obra es un ejemplo de elevada calidad arquitectónica, tanto en sus interiores como en sus exteriores. Le Corbusier, amigo de Jean Badovici, junto a su esposa Yvonne, visitan frecuentemente la villa. Diversas son las imágenes que retratan al arquitecto, en el verano de 1939, pintando desnudo varios murales en el exterior de la casa (fig. 42).

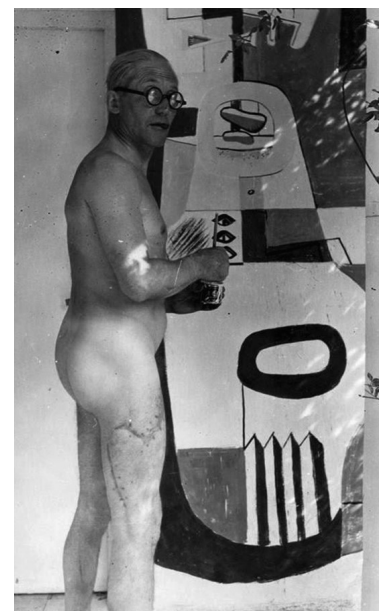
Gray es una mujer tranquila con una fuerte tendencia a la soledad “es de espíritu independiente con ambiciones en el campo del diseño, la decoración y las artes. Su estilo de vida y su profesión expresan su espíritu de libertad y emancipación.”⁹

En las pocas fotos que se tienen de ella aparece siempre con una mirada muy seria y profunda. En el retrato de 1900 luce un vestido típico de esos años, ceñido al cuerpo y bordado en la parte superior, un collar de pequeñas perlas, el pelo recogido y una ligera sonrisa en el rostro (fig. 40). En los retratos de los años diez y veinte su apariencia es menos femenina. Adopta un estilo andrógino, típico de los años veinte y símbolo de la emancipación femenina. Aparece con el pelo corto a lo *garçon*¹⁰ y con un atuendo masculino: chaqueta negra y camisa (fig. 41). Este cambio radical en su apariencia, corresponde al abandono del círculo aristocrático anglo - irlandés en el cual había nacido. En los años diez, su anhelo de independencia la conduce a París, donde vivirá hasta su muerte.

La foto, en color, tomada en 1970 por la arquitecta Alan Irvine, la muestra en la mesa de trabajo de su apartamento parisino en la Rue Bonaparte, donde vivió los últimos años de su vida. La imagen muestra una mujer distinguida, elegante y con una indumentaria acorde con los tiempos (fig 43).

La carrera profesional de Lilly Reich (1885-1947) abarca la arquitectura, el interiorismo, el diseño de exposiciones, mobiliario, tejido y vestuario. Su talento ha sido casi siempre eclipsado por la relación, íntima y profesional, que tuvo con el arquitecto Mies van der Rohe a partir de 1927. Su carrera profesional empieza en 1911. Con veintiséis años dibuja los interiores y el mobiliario de treinta y dos habitaciones del centro de la Juventud en Charlottenburg.

Ha sido una mujer inteligente, rigurosa y determinada tanto en su



40 Eileen Gray, París, 1900.

41 Eileen Gray, 1927. Foto de Berenice Abbott.

42 Le Corbusier desnudo realizando distintos murales en el exterior de la villa E - 1027, 1939.

43 Eileen Gray en la mesa de trabajo de su apartamento en Rue Bonaparte, París, 1970. Foto de Alan Irvine.

9 Espegel C., *Heroínas del Espacio*. Atlantida Grupo Editor, S.A., Madrid, 2007, p.99.

10 Pelo corto que sigue las líneas de la cabeza.



vida profesional como personal. Son muy pocas las imágenes que la retratan; casi todas son de los años treinta, cuando Lilly Reich entra como profesora del departamento de tejidos en la Bauhaus, dirigida en ese momento por el mismo Mies.

En las pocas fotografías que se tienen de ella, aparece casi siempre con pelo corto, collar de perlas al cuello y sombrero *cloche*¹¹, muy de moda en esos años (fig. 44). El uso del cuello en “V”, en sus albores denunciado como exhibición indecente y peligrosa para la salud, es otra constante en su atuendo (fig. 45).

La figura de Charlotte Perriand (1903-1999) está relacionada con Le Corbusier, pero desde un principio supo mantener su independencia y autonomía. En 1927 entra en la oficina del arquitecto como asociada para el equipamiento de mobiliario y accesorios. En ese mismo año establece también su estudio, defendiendo y remarcando su autonomía respecto a los arquitectos con los que colabora.

En casi todas sus fotografías aparece con una sonrisa marcada en el rostro, el pelo corto a lo *garçon* y su inseparable collar de perlas, fabricado por ella misma, que llamaba “rodamientos” como símbolo de su pertenencia a los albores mecanicistas del siglo XX.¹²

En la foto de 1927 aparece junto al arquitecto Alfred Roth con un vestido cuya longitud no llega más allá de las rodillas. El pelo corto, el collar al cuello y su vestido, original en el corte y en la fantasía, muestran una mujer que sigue la moda del momento (fig. 49).

Su anhelo de libertad y autonomía es una constante en su carrera profesional, en su vida y en su atuendo. Utiliza indistintamente la falda, el vestido o el pantalón, largo y muy corto.

En 1937, abandona después de diez años el estudio de Le Corbusier y dirá: “*Dejé el taller por un deseo de libertad, aunque no sin angustia, ya que diez años pasados con seres excepcionales dejan su marca*”¹³. Esta necesidad de libertad se refleja en las fotos de estos años. Charlotte es fotografiada tumbada en el jardín de su casa en Le Plan d’Osier y en la instantánea de 1935 aparece de espaldas, desnuda, levantando las manos al cielo frente a un increíble paisaje de montaña (fig. 48, 51).

La discriminación femenina en el acceso a la profesión de arquitecto y en el ascenso profesional ha continuado a lo largo de todo el siglo XX, a pesar de los derechos que las mujeres han conseguido.

En la segunda mitad del mismo siglo, las mujeres que consiguen destacar en la práctica profesional, empiezan a utilizar prendas más conformes a los nuevos roles que están ejerciendo. El atuendo es elegante, al igual que sus compañeros hombres y se sirve indistintamente del pantalón, de la falda o del vestido. Especialmente el pantalón, introducido por el modisto Yves Saint Laurent en los años sesenta, se convierte en la prenda símbolo de la emancipación femenina.

Lina Bo Bardi (1914-1992), Anne Tyng (1920-2011) y Denise Scott Brown (1931) son algunos de los nombres que destacan entre los años 50 y 70 del siglo XX. Las fotografías que las retratan muestran mujeres elegantes y conscientes del rol que están ejerciendo. Las

44 Lilly Reich, 1933.

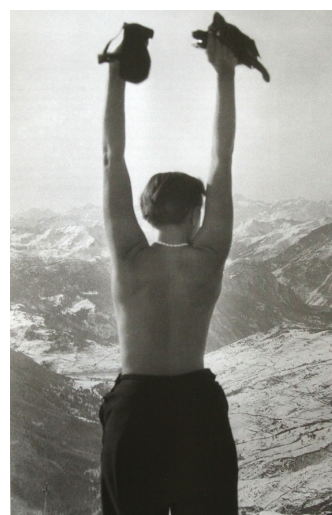
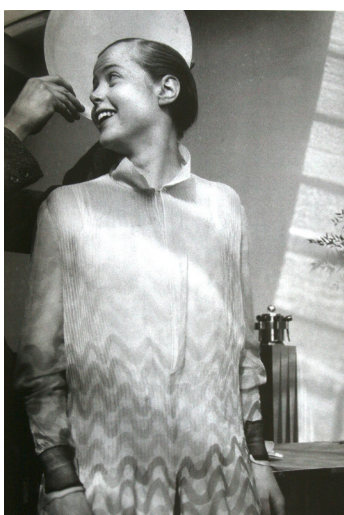
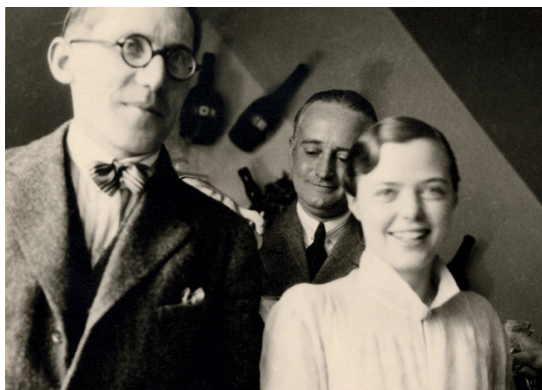
45 Lilly Reich con camisa con el cuello en “V”.

46 Lilly Reich y Mies van der Rohe en barco por el lago Wannsee cerca de Berlín, 1933.

11 Sombrero en forma de campana, utilizado por las mujeres “a la moda” en los años veinte.

12 Zabalbeascoa A., Rodríguez M.J., Op. Cit., p.201.

13 Ibid., p. 216.



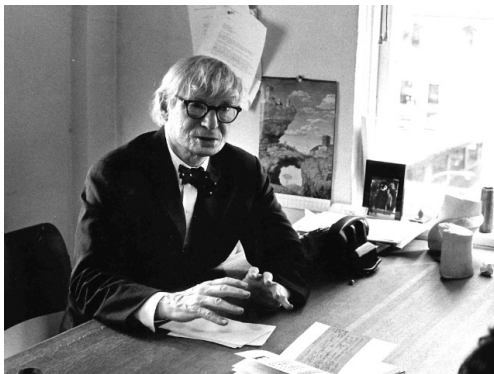
47 Charlotte Perriand junto a Le Corbusier, 1928.

48 Charlotte Perriand tumbada en el jardín de su casa en Le Plan d'Osier, 1939.

49 Charlotte Perriand con Alfred Roth luciendo su novedoso vestido, 1927.

50 Charlotte Perriand, 1928. Fotografía tomada, probablemente, por Pierre Jeanneret en el interior de la vivienda de Charlotte.

51 Charlotte Perriand frente a un paisaje de montaña, 1935.



prendas son la expresión de esta nueva actitud hacia la profesión y la vida (fig. 52-54).

En estos mismos años los arquitectos siguen utilizando el traje de chaqueta, tanto en los eventos oficiales así como en la práctica profesional. Kenzo Tange (1913-2005) y Robert Venturi (1925) acompañan sus trajes con corbatas anchas, así como impone la moda de esos años; Louis Kahn (1901-1974), sigue luciendo su pajarita oscura y mono color (fig. 55-57).

A finales de los años setenta la elegancia del traje de chaqueta, durante el día, se sustituye por prendas más informales, la corbata y la pajarita desaparecen y las camisas se acompañan con americanas o chaquetas con cortes más *casual* y colores más extravagantes.

En 1981, el estilista italiano Giorgio Armani, lanza su línea *Emporio Armani*. El éxito es internacional. Ofrece un producto que responde a una nueva forma de vivir y de trabajar. Son prendas más informales y cómodas que compaginan la elegancia con lo *sportswear*¹⁴.

Los arquitectos, tanto hombres como mujeres, aplican este nuevo código de vestimenta a su indumentaria, en la oficina, en los viajes y en las comidas de negocio.

Entre los arquitectos que operan en estos años destaca el atuendo informal de Renzo Piano (1937) que suele llevar la camisa acompañada por un jersey; la originalidad de las chaquetas de Norman Foster (1935); la extravagancia en los colores de las camisas de Richard Rogers (1933); el atuendo adrógino de Gaetano Aulenti (1927-2012).

Una constante entre muchos arquitectos, de finales de siglo XX y nuestros contemporáneos, tanto hombres como mujeres, es el uso del color negro como *condicio sine qua non* de la indumentaria.

El libro, publicado en 2009, con título "*Why do architects wear black?*" intenta responder a esta pregunta. Cordula Radu, autor y editor del texto, ha preguntado a más de cien arquitectos contemporáneos, diseñadores y dibujantes: *¿porqué los arquitectos visten de negro?*. Este libro, en formato de agenda, es una recopilación de todas las respuestas, escritas a mano, a tal pregunta. Las contestaciones van desde los tonos divertidos hasta las declaraciones programáticas. Hay quien responde a la pregunta con respuestas tan sencillas como: "no lo sé", "miedo", "es práctico", "te hace más delgado", "prefiero el azul". Otros argumentan que "Es el mejor fondo para todos los colores" (Joachim Jürke) o que "El negro no tiene tiempo así como debería ser la arquitectura" (Meinhard von Gerkan). Peter Zumthor responde "No lo sé. Yo llevo prendas de color". La arquitecta Odile Decq escribe: "Yo voy de negro porque alrededor de los locos, todo es blanco." El japonés Toyo Ito simpáticamente contesta: "Yo también me pregunto porque todo el mundo va de negro. Ahora estoy intentando utilizar colores claros, hoy visto de negro por accidente. Que pena!!"

No existe una respuesta objetiva a la pregunta, quizás el tono de elegancia otorgado, años atrás, por del traje de chaqueta y por las elegantes prendas femeninas, persiste hoy en día en el uso de este color.

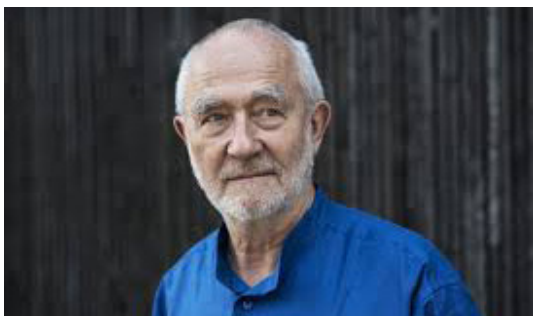
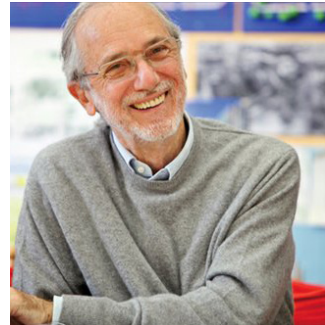
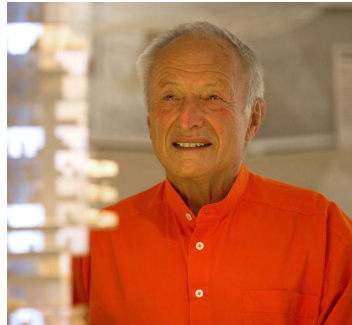
52 Robert Venturi con Danise Scott Brown.

53 Anne Tyng, diseño de muebles, New York, 1945.

54 Lina Bo Bardi en su casa de vidrio, 1950.

55 Louis Kahn en su oficina, 1972.

14 Ropa de deporte. El término utilizado por primera vez en los años treinta se refiere, no tanto al deporte cuanto a la noción de ocio, de aire libre y de relax.



- 56 Robert Venturi.
- 57 Kenzo Tange.
- 58 Norman Foster.
- 59 Richard Rogers.
- 60 Renzo Piano.
- 61 Gaetano Aulenti.
- 62 Zaha Hadid.
- 63 Toyo Ito.
- 64 Peter Zumthor.
- 65 Odile Decq.

Traje vs Moda

*"Several years ago, fashion had already suffered a real attack. The first organized belligerents were recruited in Germany; they raised the flag of Dress Reform but the enemy retaliated victoriously. Today, fashion reigns as freely as ever. Yet while Dress Reform was based on health principles, its representatives ignored beauty, thereby proving their ignorance of feminine psychology.(...) Dress Reform contained a puritanical element, somewhat dry and frozen, which was rather disheartening. (...) Nevertheless, this movement left many marks. In any case, it had the honor of liberating us from the corset, that instrument of torture, which deserves to be exhibited in a museum of antiques between the thumbscrew and chastity belt."*¹

Henry van de Velde

En 1851, destacan dos acontecimientos que, de forma diferente, pasarán a la historia. El primero, en ámbito internacional, es la organización de la primera Exposición Universal, en los jardines de Hyde Park en Londres. El segundo, aparentemente más discreto, es la llegada a Europa de Amelia Bloomer, para difundir, entre las mujeres de la época, su vestimenta, más cómoda y funcional respecto al atuendo del momento. Ambos acontecimientos constituyen el punto de partida de logros posteriores. Por un lado los procesos de industrialización y los avances tecnológicos y por otro el desarrollo de la vestimenta femenina hacia prendas que devuelvan libertad y movimiento a la anatomía de la mujer.

En estos años tanto la moda como la arquitectura responden a las mismas necesidades y ofrecen, de forma distinta, nuevos lugares donde vivir. La arquitectura se sirve de los nuevos procesos de industrialización y estandarización, la moda utiliza nuevas formas y nuevos cortes para que el cuerpo pueda vivir de manera cómoda y saludable.

Amelia Bloomer, feminista neoyorquina, es la pionera en la reforma del vestido. El diseño de sus prendas hace referencia a las holgadas vestimentas orientales y a las prendas de las mujeres turcas. Son envolventes, amplias y ligeras, que se sueltan y recogen en diferentes puntos del cuerpo, conformando bolsas de aire alrededor de la silueta femenina². Estas prendas, trasgresoras y revolucionarias toman el nombre de *bloomers*, el apellido de su difusora (fig. 66).

El historiador de arte James Laver hablando de Amelia Bloomer y de la repercusión que sus ideas tuvieron en la sociedad de la época,



1 En el texto de Velde H., *The Artistic improvement of women's clothing*. Recogido en Stern R., *Against Fashion*, p.128.

"Hace algunos años, la moda ya sufrió un verdadero ataque. Los primeros beligerantes organizados fueron reclutados en Alemania; ellos levantaron la bandera de la Reforma del Vestido, pero el enemigo contraatacó victoriosamente. Hoy la moda reina solemne y libre como siempre. Los representantes del Vestido Reforma basaron sus principios en los criterios de salud sin considerar la elegancia, demostrando su ignorancia hacia la psicología femenina.(...) El Vestido Reforma poseía una componente puritana, estática y desalentadora.(...) Sin embargo, este movimiento dejó su huella. Tuvo el honor de liberarnos del corsé, un instrumento de tortura, que debería ser expuesto en un museo de antigüedades entre un tornillo de mariposa y un cinturón de castidad."

2 Asunción I.M., *Trajes especiales- La vestimenta como proyecto arquitectónico*. Tesis doctoral, Escuela técnica superior de arquitectura de Madrid, Madrid, 2012, p.30.

66 Mrs. Amelia Bloomer, hacia 1850.

escribe:

*"El movimiento bloomer, como intento de influir en la moda del momento, constituyó un auténtico fracaso. Unas cuantas damas 'avanzadas' lo adoptaron, pero las clases altas no quisieron saber nada del asunto y Mrs. Bloomer tuvo que esperar casi unos cincuenta años para poder vengarse, cuando los bloomers se adoptaron para montar en bicicleta"*³.

El intento de Amelia Bloomer de introducir estas nuevas prendas en la sociedad burguesa de los años cincuenta del siglo XIX, es revolucionario pero demasiado prematuro. En esos años, las faldas de las mujeres alcanzan su máxima anchura y el corsé es tan estrecho que llega a generar problemas físicos respiratorios y óseos.

Unos años más tarde, a esta condición de represión, que se encarna en la figura del corsé y en la ausencia de movilidad y salud, se responde con la búsqueda de una vestimenta que, más allá de la moda, pueda devolver libertad a su usuario. Una pieza liberadora, que embellece el cuerpo de la mujer pero no lo inmoviliza en el interior de los hogares. Un "Vestido Reforma".

Los movimientos feministas, ingleses y alemanes, de finales de siglo XIX defienden estos principios y proponen un *Vestido Reforma* que toma como referencia las prendas holgadas y ligeras de Amelia Bloomer.

En estos mismos años, diversos arquitectos se dedican a esta nueva práctica de diseño y proponen prendas que responden a las necesidades del momento: comodidad, salud y elegancia.

El arquitecto Henry van de Velde (1863-1957) se considera uno de los pioneros en esta disciplina. Sus prendas son piezas que se conciben como parte de un conjunto arquitectónico interior. En su ensayo *"The Artistic improvement of women's clothing"*⁴ publicado en 1900, escribe:

*"In the same way, the modern renaissance of the applied arts began with architecture, before being extended to furniture and to everything that touches ordinary, decorative objects. Finally, it has approached its last conquest – that of dress."*⁵

Es en el arreglo de su casa de Uccle, cerca de Bruselas, donde en 1898 pone en práctica por primera vez sus teorías y principios. El diseño del interior, se concibe como un conjunto donde la arquitectura, el mobiliario, los utensilios y el mismo vestuario de los usuarios son partes integrantes y fundamentales del proyecto. Para habitar este nuevo espacio, sus habitantes deben utilizar trajes específicos y adecuados para cada ambiente y actividad. Los principios que se aplican a estas prendas son las del Vestido Reforma, al cual se añade una componente más: la belleza. Esa componente que, según van de Velde, se había omitido en los trajes dibujados por los primeros pioneros de la reforma. Las imágenes conservadas de los interiores de la casa muestran a la esposa del arquitecto Maria Séthe posar en sus interiores domésticos ataviada de diversas formas: el vestido de

3 Laver J., *Breve historia del traje y la moda*. Ediciones Cátedra, Madrid, 1988, p.185.

4 Título original *"Die künstlerische Hebung der Frauenracht"* (La mejora artística en el traje femenino).

5 En el texto de Velde H., Op. Cit., p.125.

"El renacimiento moderno de las artes aplicadas comenzó con la arquitectura, antes de ser extendido al mobiliario y a todo lo que atañe a objetos decorativos y del día a día. Finalmente, ello ha alcanzado su última conquista: la del vestido."



67 Maria Séthe con un vestido de van de Velde, *Vestido de té*, 1900.

68 Van de Velde, *Vestido de tarde y vestido de calle*, 1901-1902.

69 Maria Séthe con un vestido de van de Velde en la cocina de su casa en Bloemenwerf, Uccle, 1899.

70 Van de Velde, *Vestidos de recepción*, 1902.

té, el vestido de recepción y el vestido de calle (fig. 67,69).

A través de estas imágenes se aprecia la elegancia y fluidez de las telas, sus pliegues y su caída. Los vestidos que cubren los pies y arrastran por detrás alargando la figura, parecen emerger de las alfombras que decoran los pavimentos de la casa, como un *continuum* espacial de las superficies horizontales.⁶ En los vestidos de calle, aptos para abandonar el espacio doméstico, los tejidos son más robustos, las líneas y las decoraciones más austeras (fig. 68).

En cada prenda se distingue de forma muy clara la función estructural de la decorativa. Esta dicotomía, estructura-decoración, es fundamental para el arquitecto, que escribe:

*"Nowadays, the beauty of structures is so deeply hidden, concealed by aberrant excesses of misplaced ornamentation, that is extremely difficult to perceive."*⁷.

Las prendas, según van de Velde, deben mostrar su proceso constructivo, por lo tanto, las costuras y las juntas quedan vistas y los elementos decorativos contribuyen a enfatizar el *iter* compositivo de la pieza. Tanto la estructura como la decoración son fundamentales para una correcta lectura del conjunto. La misma lógica compositiva que requiere un proyecto arquitectónico, lo requiere la prenda.

En el ensayo *"The Artistic improvement of women's clothing"* el arquitecto aborda el tema de la vestimenta desde diferentes puntos de vista; habla del vestido desde su origen hasta su actual degeneración, dictada, según van de Velde, por los excesos de la decoración; ataca el mundo de la moda y sus cambios constantes producidos por motivos puramente económicos; por último aborda el tema de la individualidad en el vestido y se pregunta:

*"To what extent should a dress be individual and how far should artists go in imagining personalized garments for every woman? Furthermore, is it conceivable that our women should all dress in the same way, as in the case in areas that have maintained the use of traditional regional costume? These questions may seem to be contradictory. Indeed, how can one achieve both an individual look and uniformity at the same time?"*⁸

Van de Velde intenta responder a estas cuestiones, destacando la necesidad de encontrar un vestido que se adapte a cada circunstancia. En su relato, detecta tres momentos de la vida del hombre que requieren una vestimenta específica: los interiores domésticos, la calle y las celebraciones.

Los primeros exigen una vestimenta diferente para cada sujeto, porque cada prenda es diseñada en armonía con los interiores de un hogar: *"An individual who consciously makes an effort to propagate beauty in his home learns immediately what to do and think to achieve his goal. His efforts will then be widely acknowledged, and he will thus*

6 Asunción I.M., Op. Cit., p.41

7 En el texto de Velde H., Op. Cit., p.127.

"Hoy en día la belleza de la estructura está tan profundamente oculta, escondida por los aberrantes excesos de la desubicada ornamentación, que es extremadamente difícil percibirla."

8 Ibid., p. 132.

"¿Hasta qué punto una prenda tiene que ser pensada para cada individuo y hasta qué punto los diseñadores tiene que esforzarse en dibujar un traje para cada mujer? Además ¿se puede pensar que todas las mujeres vayan vestidas de la misma forma, como sucede en las comunidades que han mantenido el uso de vestidos tradicionales? Estas preguntas pueden parecer contradictorias. De hecho ¿cómo se puede lograr una apariencia individual y uniforme al mismo tiempo?"

be contributing to the restoration of beauty in every field of life and for all humanity."⁹; la calle requiere el mismo vestido para cada individuo, mientras las celebraciones y los grandes eventos exigen un vestido uniforme, lo que hoy llamaríamos *dress code*. Según el arquitecto, la uniformidad de la vestimenta en las masas genera una sensación de armonía y agrado. *"The ugliness of crowd dressed in a heterogeneous way provokes repugnance."*¹⁰. La belleza del individuo contribuye a la belleza del conjunto. Lo individual y lo uniforme consiguen coexistir al mismo tiempo.

*"How could one then integrate such diversity into our anonymous modern clothing? How could one individualize modern dress? Such action should not be the result of comprehensive study; everyone should instead just follow their own tastes and needs. If this happens, then we will see real harmony with individual predispositions. The vain person will remain vain, and the dignified person will remain dignified.(...) The person with simple tastes will choose simple, discreet clothing in accordance with their character.(...) Dress will be noticed only because of its agreement with the character of its wearer.(...) Only in this way can one overthrow the tyranny of fashion so that individuals can express their rights."*¹¹

Josef Hoffmann

El arquitecto Josef Hoffmann reúne sus teorías sobre la vestimenta en el ensayo de 1909, *"The individual Dress"*¹²

El concepto de individualidad es el *quid* de la cuestión para argumentar sus teorías sobre la vestimenta. Según el arquitecto la individualidad de cada uno se manifiesta a través del propio carácter y esto debería reflejarse en su vestimenta:

"One can recognize someone from far away by their personal way of walking or by their movements; a voice is so specific that the first sound is enough to know whose voice it is; one eye hiding behind a mask can be enough to identify a person. In the same way, we would like an element of dress and the way in which dress is worn

9 Ibid., p. 133.

"Una persona que responsablemente se esfuerza en difundir la belleza en su hogar, sabe que hacer para conseguir sus objetivos. Sus esfuerzos serán reconocidos y ayudarán a restablecer la belleza en todos los aspectos de la vida y hacia toda la humanidad."

10 Ibid., p. 133.

"La fealdad de una multitud vestida de forma heterogénea genera repugnancia"

11 En el texto de Hoffmann J., *The Individual Dress*. Recogido en Stern R., *Against Fashion*, p.124.

"¿Cómo se podría integrar esta diversidad en nuestra anónima vestimenta moderna? ¿Cómo se podría personalizar un vestido? Este proceso no debería ser el resultado de un estudio exhaustivo. Cada uno debería simplemente seguir sus propios gustos y necesidades. Si esto sucediera, podríamos ver la armonía junto a la predisposición individual. Una persona presumida lo seguirá siendo y una persona con dignidad mantendrá su decoro. La persona con gustos sencillos elegirá ropa simple y discreta en relación a su carácter. (...) El vestido se notará solo porque conforme al carácter de su usuario. Solo así se puede destruir la tiranía de la moda de modo que los individuos puedan expresar sus derechos."

12 Título original *"Das individuelle Kleid"* (El vestido individual)



to be as familiar as the elements mentioned above so that we can recognize it as being in accord with the wearer's character."¹³

Solo quien es capaz de expresar su propia individualidad es, según Hoffmann, realmente original. La originalidad no es sinónimo de extravagancia y no se somete a las reglas de la moda, es el resultado de un desarrollo interior. Esta originalidad se puede aún percibir en algunos elementos del traje masculino que, según el arquitecto, poseen una mayor honestidad compositiva respecto al traje femenino. Este tema será ampliamente profundizado, en esos mismos años, por el arquitecto Adolf Loos.

Después de haber definido los principios teórico-filosóficos sobre los cuales fundar la vestimenta moderna, aborda el tema de una forma más práctica, proponiendo la prenda que reúne estos requisitos: *"we want free, light attire that allows all kind of movements, that can be worn open or closed, that fits well, and that can be put on and then taken off without any help."*¹⁴

Las prendas diseñadas por Gustav Klimt responden directamente a estos principios y los clarifican. El pintor, contemporáneo de Hoffmann y colaborador en su escuela, experimenta con la diseñadora de moda Emilie Flöge el diseño de vestidos. Juntos promueven vestidos de cortes cómodos inspirados en el caftán oriental y en el traje japonés. Los mismos autores llevan y comercializan sus prendas en el salón de moda que Flöge había montado con sus hermanas en Viena en 1904. Son trajes cómodos y holgados aptos para vivir en el campo y pasear al aire libre. Son diseños con estampaciones que van desde los motivos florales y coloridos hasta composiciones geométricas, algunas de las cuales muy elaboradas.

Muestra de ello son las imágenes, hechas por los mismos autores que iniciaron una verdadera campaña publicitaria para comercializar su nueva vestimenta. Las imágenes muestran la diseñadora y el pintor vestidos con sus propios trajes en un entorno bucólico y completamente ajeno a los interiores de los salones. Podemos considerar esto como uno de los primeros reportajes fotográficos de moda y a esto remarcar la gran originalidad de mostrar las prendas en lugares tan poco habituales (fig. 73).

En 1903 el arquitecto Josef Hoffmann junto al pintor Koloman Moser fundan su propio taller, la *Wiener Werkstätte*. El proyecto es un cruce entre un centro de diseño, un taller-escuela y un centro de producción. El programa, bien detallado y articulado por sus fundadores, conseguirá llevar este nuevo modelo educacional a un éxito internacional también en el ámbito comercial. En la escuela se fabrican muebles, objetos domésticos y textiles; se trabaja con metal, oro y plata y también se confeccionan vestidos (fig. 71,72). La enseñanza inglesa y el movimiento *Arts & Craft* es de radical importancia. El mismo van de Velde reconoce en su escrito, *"The Artistic improvement of women's*

71 Josef Hoffmann, vestido con chal bordado y sombrero, 1911.

72 J. Hoffmann, vestido con tela Apollo hecho en la Wiener Werkstätte, 1910-1911.

73 Gustav Klimt con Emilie Flöge luciendo sus diseños en un entorno bucólico, 1910.

74 Gustav Klimt en la fiesta organizada por Otto Primavesi en su casa de Winkelsdorf, Moravia, 1916

75 J. Hoffmann y la Wiener Werkstätte, interior casa Otto Primavesi.

13 En el texto de Hoffmann J., Op. Cit., p. 124.

"Desde lejos se puede reconocer una persona por su modo de caminar o por sus movimientos. Un tono de voz es tan específico que ayuda a reconocer a quien pertenece; un ojo oculto detrás de una máscara puede ser suficiente para identificar a una persona. Del mismo modo, nos gustaría que la forma de llevar nuestras prendas, fuera tan familiar como los elementos mencionados anteriormente, para poder considerarlas como parte del carácter de cada uno."

14 Ibid., p. 124.

"deseamos prendas libres y ligeras, que permitan todo tipo de movimientos, que se puedan llevar abiertas y cerradas, que nos queden bien, y que puedan ser puestas y quitadas sin ninguna ayuda."

clothing", como todos los logros actuales en el ámbito de las artes aplicadas no se habrían conseguido sin el trabajo previo de William Morris y John Ruskin.

Igual que Henry van de Velde, Josef Hoffmann suma la actividad teórica, sobre los temas de vestimenta, a la práctica profesional.

Un ejemplo de ello es en la casa de campo de Otto Primavesi que se coloca en la misma línea de trabajo del arquitecto van de Velde para su casa de Uccle. El edificio, sus interiores, el mobiliario, los utensilios y la vestimenta de sus usuarios están dibujadas por el mismo arquitecto y por los alumnos de la Wiener Werkstatte (fig. 75). La ornamentación geométrica que decora los cerramientos y articula los espacios, se traslada a la vestimenta. En su interior todos sus habitantes e invitados deberán ir cubiertos por unos vestidos de seda especialmente dibujados para este entorno que se configura como una construcción atmosférica desvinculada del exterior¹⁵ (fig. 74). El vestido, así como había sido para van de Velde unos años atrás, constituye para Hoffmann un elemento fundamental y estrictamente relacionado con la composición arquitectónica interior.

*"Estar bien vestido. ¿que significa eso? Significa vestirse correctamente. Vestirse correctamente! Me parece como si con estas palabras hubiese desvelado el secreto que rodeaba a nuestra moda ahora. Con palabras como "bello", "chic", "elegante", "apuesto", "majo" se ha querido entrar a la moda. Pero no se trata de nada de eso. Se trata de estar vestido de tal modo que uno llame la menor atención posible.(...) Todo lo llamativo pasará por grosero."*¹⁶

Adolf Loos

El arquitecto Adolf Loos empieza su actividad de teórico y polemista a partir de 1899, publicando diversos ensayos en periódicos como *Neue Freie Presse*, *Die Wage*, *Die Zeit* y *Dekorative Kunst*. En estos años los escritos contra la moda y sobre la vestimenta, en concreto la masculina, son numerosos: *"La moda de Caballero"*, *"Los sombreros de Caballero"*, *"El Calzado"*, *"Los Zapateros"*, *"La moda de señora"* y *"Lencería"*.

La moda, para Loos, representa lo estilístico, lo transitorio, lo caprichoso y por lo tanto se asocia al traje femenino. Su atención se desplaza a la vestimenta masculina, entendida como elemento ajeno al mundo de la moda. Para el arquitecto el traje del sastre inglés es una pieza depurada de todo tipo de ornamento, se adapta con precisión milimétrica al cuerpo del hombre de manera, cómoda, funcional y sobria. El sastre pasa de ser un artesano anónimo a convertirse en un personaje clave en la vida social de la alta aristocracia inglesa.

Es en el mundo anglosajón donde se definen a finales de siglo XVIII las líneas maestras del traje masculino, debido a la mayor habilidad de los sastres ingleses en trabajar el velarte de lana. El noble inglés busca sencillez, comodidad y elegancia, por lo tanto el traje masculino

¹⁵ Asunción I.M., Op. Cit., p. 48.

¹⁶ En el texto de Loos A., *La moda masculina*. Recogido en Loos A., Escritos I 1897-1909. El Croquis Editorial, Madrid, 1993, p. 52.

tiende hacia la simplificación de las formas, se eliminan los bordados y las decoraciones. La vestimenta masculina se convierte entonces, para Loos, en un producto arquitectónico pensado para moverse en la ciudad, para caminar y *“luego, si me apetece, saltar al interior de un automóvil”*¹⁷; es una nueva tipología arquitectónica sujeta a los ritmos de la industrialización y de la estandarización.

Sin embargo cuando Loos habla sobre la vestimenta femenina escribe:

*“Moda de señora! ¡Tú, atroz capítulo de la historia de la cultura!”*¹⁸.

El arquitecto, en el ensayo *“La moda de señora”*, afirma como la mujer solo conoce un deseo y es prevalecer junto al hombre. Este deseo puede verse colmado solo conquistando su amor. Por ello, la mujer está obligada a apelar a la sensualidad del hombre a través de su ropa. Así pues, el cambio en la ropa de mujer es dictado sólo por el cambio de la sensualidad. Y la sensualidad cambia siempre. Por lo contrario, el cambio en la ropa de hombre se produce solo cuando las masas se apropian de formas elegantes y las devalúan. Entonces lo que son “realmente elegantes, deben ir tras una nueva forma, para diferenciarse”¹⁹ de ellos.

En este mismo escrito, remarca con varios ejemplos la superioridad de la ropa masculina, que radica, según Loos, en la ausencia de decoración: *“cuanto más baja es la cultura, tanto más fuerte se presenta el ornamento”*²⁰. Pero Loos es consciente de los cambios sociales y económicos que están condicionando la época en la que vive y cierra su ensayo con una oración en la que expresa su plena confianza en los acontecimientos futuros: *“La posición de igualdad con el hombre ya no se determinará por la apelación a la sensualidad, sino por la independencia de la mujer conquistada por el trabajo en la sociedad. El valor o no valor de la mujer no subirá o bajará con el cambio de sensualidad. Entonces, terciopelo y seda, flores y cintas, plumas y colores perderán su efecto.”*²¹

El resto de los ensayos, publicados en 1898, tratan temas de vestimenta más específicos como los sombreros, los calzados de caballero y la lencería. Su discurso, sobre estas cuestiones, se articula siempre en relación con los procesos económicos y sociales de la época, en específico en el ámbito vienes al que Loos pertenece.

En el ensayo *“Los sombreros de caballero”* escribe con sutil ironía:

*“¿Cómo se hace la moda? ¿Quién hace la moda? Esos son seguramente problemas muy difíciles. Le estaba reservando a la Asociación vienesa de la moda de sombreros resolver esta cuestión, por lo menos en el terreno del cubrirse la cabeza. Dos veces al año se sientan alrededor de una mesa verde y dictan a todo el globo terrestre la forma de sombrero que se llevará la siguiente saison. (...) ¡Quién hubiera pensado solución tan sencilla a la cuestión!”*²²

El error, argumenta el arquitecto en el escrito, no reside solo en la elección de formas arbitrarias, según el gusto y la fantasía de algunos, pero se encuentra sobre todo en la incapacidad de generar formas

17 Asunción I.M., Op. Cit., p. 55.

18 En el texto de Loos A., *Moda de señora*. Recogido en Loos A., Escritos I 1897-1909. El Croquis Editorial, Madrid, 1993, p. 140.

19 Ibid., p. 140.

20 Ibid., p. 144.

21 Ibid., p. 145.

22 En el texto de Loos A., *Los sombreros de Caballero*. Recogido en Loos A., Escritos I 1897-1909. El Croquis Editorial, Madrid, 1993, p.103.

correctas. El fallo, por parte de los fabricantes de sombreros vieneses, radica en retomar las formas inglesas y adaptarlas al gusto vienés. La gente “realmente elegante” entonces, se ve obligada en procurarse sombreros ingleses. Esto implica que, la importación de sombreros ingleses aumenta y la exportación de sombreros vieneses disminuye. La solución, según Loos, es hacer pública, una forma de sombrero que sea moderna en todo el mundo. A tal propósito escribe el arquitecto:

*“Objetos que son verdaderamente modernos, lo siguen siendo durante largo tiempo. Si se oye, sin embargo, de una pieza de vestir, que habrá pasado de moda en la próxima saison, es decir, en otras palabras, que se habrá vuelto desagradable, entonces puede concluirse también que nunca fue moderna, sino que se tomó falsamente por tal.”*²³

*“Contemporary fashion has no style – it is always just “fashion”. (...) It must remain what it is – a charming, attractive lady full of humor and elegance. All dogma is foreign to it. Fortunately, it is not possible to establish any laws or standards for fashion, as it is probably the most vital area of activity and the liveliest means of expression of a person, a class, or a race”*²⁴

Lilly Reich

Lilly Reich en su escrito “*Questions of fashion*”²⁵, publicado en 1922 en la revista *Die Form*, reúne sus opiniones sobre el diseño de moda y sobre el vínculo tan cercano que posee con la industria y con sus procesos de estandarización.

Para Reich “*las prendas son objetos de uso y no obras de arte*”²⁶ y son capaces de producir vivacidad, alegría, simpleza y dignidad. La cultura del vestir de esos años se limita a la envolvente exterior, pero las prendas, según la arquitecta, representan el espíritu y exprimen el alma del portador que con ellas se funde. Este beneficio, ofrecido por la moda, tiene que incorporarse a las necesidades de la vida y reflejar los requisitos del momento. La moda se considera en una disciplina. Como ejemplo de ello, Reich, toma los vestidos de calle y lo *sportswear*. Ambas prendas, según la arquitecta, presentan soluciones correctas en el ámbito de la estandarización y responden en cualquier lugar a las mismas necesidades.

Lo *sportswear* es la consecuencia de una nueva forma de vivir de esos años: se disfruta de la vida al aire libre, se practica el deporte y se va a la playa. Las prendas responden a esta nueva necesidad con una indumentaria cómoda y ágil. Su diseño sigue en un principio las pautas de la moda, para después desarrollarse de forma totalmente autónoma. Ejemplo de ello es el traje de tenis. En los años veinte,

23 Ibid., p. 107.

24 En el texto de Reich L., *Questions of fashion*. Recogido en Stern R., *Against Fashion*, p.152.

“La moda contemporánea no tiene estilo – es simplemente ‘moda’. (...) Debe ser lo que es: una mujer atractiva, encantadora, llena de espíritu y elegancia. Cualquier dogma es ajeno a la moda. Afortunadamente no existen leyes o normas capaces de constreñirla siendo esta el medio de expresión más vital, importante y exuberante de una persona, de una clase social o de una raza.”

25 Título original “*Modefragen*” (Cuestiones sobre la moda).

26 En el texto de Reich L., Op. Cit., p.151.

cuando las faldas de los vestidos se llevan cortas, el traje de tenis sigue la moda; pero cuando en los años treinta las faldas comienzan a alargarse otra vez, el traje de tenis mantiene, por razones funcionales el mismo diseño. Utilizar una falda más larga obstaculizaría el movimiento del jugador.

En el mismo escrito, "*Questions of fashion*", Lilly Reich declara la indiscutible relación de la moda con la industria y afirma como los procesos de estandarización y la producción en serie no pueden ser evitados. Es necesario, según la arquitecta, que estos procesos se integren en la producción de forma orgánica y no sean una simple imitación del trabajo manual. Al mismo tiempo reconoce la importancia de la artesanía, que no debe ser abandonada, sobre todo en el ámbito de la moda.

Este pensamiento se refleja en el trabajo realizado para el diseño y montaje en 1926, de la exposición *De la Fibra al Tejido*, en la Feria Internacional de Frankfurt. El cambio en la forma de exponer las piezas es radical. En vez de mostrar por separado las materias primas y la técnica, Reich muestra las máquinas en funcionamiento. Lo que se expone es el proceso de fabricación. Estos temas seguirán siendo siempre presentes en la práctica profesional de la arquitecta, así como el diseño de vestimenta.

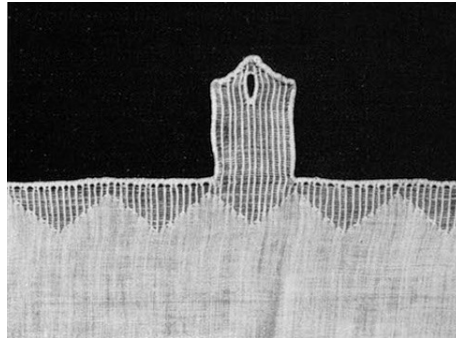
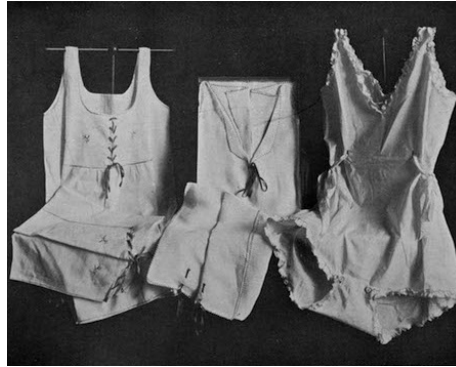
Su carrera profesional comienza aprendiendo costura y prácticas de bordado y en el 1908 estudia con Josef Hoffman en los talleres de la *Wiener Werkstatte*. Su maestra más influyente es la arquitecta Else Oppler-Legband, alumna de van de Velde en Berlín y colaboradora de Hoffman en la escuela vienés. Gracias a la experiencia profesional de Else Oppler, Lilly Reich debuta como diseñadora de interiores en 1911 y ese mismo año realiza una instalación de ropa en los grandes almacenes Wertheim de Berlín. El campo del interiorismo y de la vestimenta es en aquel entonces uno de los pocos ámbitos que permite el desarrollo del talento femenino.²⁷

Lo que condiciona profundamente su carrera es su elección, en 1912, como miembro de la *Deutscher Werkbund*, fundada en 1907. Esta asociación reúne a doce artistas y a doce industriales con el objetivo de mejorar los productos manufacturados por la industria mediante el trabajo conjunto de ambas disciplinas.

En 1915, bajo su dirección artística y la de Lucius Bernhard organiza, organizan la Exposición del Comité de la *Werkbund* para la industria de la Moda en la *Preussische Abgeordnetenhaus* de Berlín. El fin es de establecer una industria de la moda alemana, ajena a la francesa. La misma Reich, en su escrito del 1922, declara como la industria de la moda alemana depende inexorablemente de las pautas impuestas por el gusto francés. La moda y la vestimenta son temas muy recurrentes en la práctica profesional de la arquitecta. Durante la guerra se centra en la moda y en el mobiliario adaptando su taller a tienda.

En el 1920, a raíz de su elección como miembro del Consejo de Dirección de la *Werkbund* Alemana organiza dos exposiciones. En una de ellas, *La artesanía en la Moda*, presenta algunos diseños de accesorios y ropa femenina. Sus prendas son innovadoras y los materiales empleados son de gran actualidad. Su conocimiento en el ámbito del interiorismo y su formación en los talleres de la *Wiener Werkstatte* se reflejan en su ropa. Es de 1926 el chaqué de lana blanca

27 Espegel C., *Heroínas del Espacio*. Atlantida Grupo Editor, S.A., Madrid, 2007, p.136.



- 76 Lilly Reich, chaqué de lana blanca con mangas bordadas, 1926.
- 77 Lilly Reich, chaqueta acolchada en seda amarilla, 1927.
- 78 Lilly Reich, vestido de lana marrón, 1926.
- 79 Lilly Reich, ropa interior, hacia 1922. Imágen utilizada como portada del ensayo "*Questions of fashion*", 1922.
- 80 Lilly Reich, detalle de un bordado, 1926.

con mangas bordadas (fig. 76); de 1927 la chaqueta acolchada en seda amarilla (fig. 77); y de algunos años antes, el diseño de prendas de ropa interior utilizadas como imagen ilustrativa del ensayo *"Questions of fashion"* (fig. 79).

En 1927, junto a Mies van der Rohe ejecuta la obra, *Café de terciopelo y seda* dentro de la exposición *La Moda de la Mujer*. El espacio se articula mediante superficies verticales mixtilíneas valoradas por medio de telones drapeados de seda, rayón y terciopelo soportados por elegantes barras metálicas. El resultado es un espacio de extraordinaria elegancia compositivos y tectónica.

En 1931 Lilly Reich recibe su último encargo: la dirección del taller de tejidos de la Bauhaus, fundada por Walter Gropius en 1919. Esta institución nace como la continuación de las actividades de van de Velde en Weimar, donde había sido llamado en 1902 para dirigir un instituto de artes y oficios. La línea educativa propuesta por la Bauhaus es innovadora, pero su programa nunca incluirá el diseño de moda y de vestimenta. Los ejemplos de vestuario que se poseen son los trajes realizados para los *ballet* del taller de teatro, dirigido por Oskar Schlemmer y las largas túnicas del pintor Johannes Itten. Itten seguía la doctrina del Mazdanan y como signos externos de sus convicciones se afeitaba la cabeza y vestía una larga túnica suelta diseñada por el mismo. Entre la oferta de cursos de la Bauhaus solo aparece el diseño de textiles. Este es, en un principio, el único taller en el cual se permite la entrada a las mujeres, siendo la tejeduría considerada convencionalmente un trabajo femenino. A pesar de esta marginación, el taller de tejidos entabla importantes lazos con la industria y alcanza los mayores logros comerciales.

*"Dear ladies, you know very well that you would not drive your car in a hoop skirt but would do so in a short dress or, later, probably in trousers. (...) However, dear ladies, in your new flowing garments that conceal your limbs while revealing them at the same time, you experience something that feels absolutely right. It is the equilibrium, the balance, the rediscovered harmony between Dress and Fashion unifying what has been regained with what has not been lost. Unifying what will be lost again? That's life – real life; and that's the way things go."*²⁸

Eduard Josef Wimmer-Wisgrill

En 1930 el arquitecto Eduard Josef Wimmer publica el escrito *"On the becoming of Fashion"*²⁹.

El ensayo abandona el plano teórico-filosófico de Hoffmann y de van de Velde, los tonos polémicos de Loos y el enfoque económico de Lilly Reich. El arquitecto aborda el tema de la moda y de la vestimenta

28 En el texto de Wimmer-Wisgrill E.J., *On the becoming of fashion*. Recogido en Stern R., *Against Fashion*, p.150.

"Queridas señoras, sabéis muy bien que no vais a conducir vuestro coche con un miriñaque, pero con un vestido corto, y más tarde probablemente con unos pantalones. (...) Sin embargo, queridas mujeres, con vuestras prendas ligeras, que cubren y enfatizan vuestra silueta, estáis experimentando algo realmente correcto. El equilibrio, el balance y la armonía entre la moda y el vestido, permite reunir lo que se ha recuperado con aquello que todavía no se ha perdido. ¿Añadir lo que se perderá de nuevo? Esta es la vida, la vida real, y así van las cosas."

29 Título original *"Über das werden der Mode"* (El devenir de la moda).

de una forma más práctica: analiza los cambios en la vestimenta femenina, desde principio de siglo XX hasta después de 1925, en relación con los acontecimientos históricos que caracterizan la época. El período considerado por Wimmer comienza con la caída del corsé y con el primer *Vestido Reforma*. Este vestido, llevado por las sufragistas alemanas y austríacas, es descrito por el arquitecto, en forma de saco y sin elegancia. A pesar de su poca gracia, Wimmer reconoce la importancia que esta prenda ha tenido en el desarrollo de la vestimenta.

Su relato sigue analizando la ropa, austera y funcional, que caracteriza el atuendo femenino en la primera guerra mundial. Estas prendas se convierten, en los años veinte, en símbolo de emancipación y libertad femenina. El abandono del corsé, de las enaguas y de los miriñaques es, en este período, una regla. Las siluetas son delgadas y los vestidos sin cintura. Las mujeres se cortan el pelo a lo *garçon*, conducen coches, beben, fuman y hacen arquitectura. Son mujeres que aun siendo aparentemente menos femeninas no renuncian a gustar, pero con armas distintas, son mujeres “flapper”³⁰

Wimmer, en su ensayo, refiriéndose a estos años, dice:

*“It was during this period that women, fighting for their liberation in so many areas, attained most of their successes. That women at the time expressed this process in their clothing seems natural to us today. That’s why the results of so much arduous and constant struggle no longer have anything to do with fashion, but should be considered as dress and expression of culture.”*³¹

Después de 1925, las reivindicaciones se aserenan, las cinturas vuelven a su lugar, el corsé muy ligero y simplificado en sus formas vuelve a aparecer, las faldas empiezan a alargarse y el pelo vuelve a crecer. *“How is possible to lose overnight the victories won through so much suffering and over such a long time? Was it not dress after all, but just fashion-capricious, ephemeral, and unpredictable fashion?”*³² se pregunta Wimmer es su escrito. Su respuesta es muy práctica y realista: las mujeres han enseñado demasiado, la desnudez no estimula las fantasías eróticas y con sus figuras demasiado masculinas han perdido la atracción de los hombres.

*“So what happened then? What brought help, salvation, deliverance? Fashion, so often criticized and condemned, is what once again established an agreeable balance.”*³³

Eduard Josef Wimmer es el colaborador más cercano de Josef Hoffmann y en el 1910 desempeña su actividad como primer director artístico del departamento de moda en la *Wiener Werkstatte*. Los

29 Título original “Über das werden der Mode” (El devenir de la moda).

30 Término Inglés que significa “a la moda”, acuñado en los años veinte para definir ese tipo de mujeres.

31 En el texto de Wimmer-Wisgrill E.J., Op. Cit., p.149.

“Fue en este época que las mujeres lucharon en muchos ámbitos, obteniendo grandes éxitos. Que las mujeres expresaran estos logros a través de su ropa, hoy nos parece normal. Es por esto que los resultados de esta lucha, difícil y contante, no tiene ninguna implicación con la moda, pero debe considerarse como una expresión de cultura.”

32 En el texto de Wimmer-Wisgrill E.J., Op. Cit., p.149.

“¿Cómo pueden perderse en una noche todas las victorias obtenidas con tanto sufrimiento? Después de esto ¿qué es el vestido, solo moda, caprichosa, efímera e imprevisible?”

33 *Ibid.*, p. 150.

“¿Qué es lo que pasó? ¿Qué es lo que trajo ayuda, salvación y rescate? La moda, tan criticada y condenada es de nuevo la que ha establecido un correcto equilibrio.”

primeros diseños de moda son de 1905 para el vestuario del *Cabaret Fledermaus*. Unos años más tarde, el taller alcanza gran importancia y se convierte en un departamento de moda con su propio salón, donde se venden los vestidos y los accesorios producidos por los alumnos de la escuela. La primera colección completa, producida por el departamento de Wimmer, sale en 1911 y se exponen en Berlín, Colonia y Dusseldorf, alcanzando un éxito inesperado. Las prendas muestran una gran audacia en el diseño, sobre todo en los tejidos y en sus motivos florales, multicolores y rebosantes de fantasía. Las faldas caen rectas hasta cinco o seis centímetros del suelo, la cintura se coloca bajo el pecho y el corsé desaparece completamente.

Las colecciones del arquitecto, que es definido por los medios de comunicación de la época como “el arquitecto de la moda”, llegan hasta París. El prestigio es tal que la *Wiener Werkstatte* abre en la ciudad parisina su propio salón, visitado regularmente por el modisto francés Paul Poiret. Wimmer tiene una gran admiración por su trabajo y lo cita explícitamente en su escrito “*On the becoming of Fashion*”. Poiret es, según el arquitecto, el primer modisto que interpreta correctamente los principios del *Vestido Reforma*. El mismo diseñador, reconoce la gran influencia que tiene en su trabajo el Taller Vienés y muchas de sus colecciones se sirven de la producción textil de la escuela.

La colección que sale del departamento de la *Wiener Werkstatte* en 1920 es, sin duda, la más actual por diseño y por sus dinámicas comerciales y publicitarias. La sesión fotográfica de Dora Kallmus, reconocida fotógrafa vienesa de esos años, nos permite apreciar la gran novedad de las prendas: faldas por encima de la rodilla, monos de pantalón largo con motivos florales y vestidos de terciopelo que cubren la figura realzando la silueta (fig. 81-84)



- 81 E.J. Wimmer, mono de pantalón largo con motivos florales, 1920.
- 82 E.J. Wimmer, vestido por encima de la rodilla, 1920.
- 83 E.J. Wimmer, vestido de terciopelo, 1920.
- 84 E.J. Wimmer, vestido de terciopelo con colas laterales, 1920.

Las arquitecturas del cuerpo

“Aplico a la ropa el mismo enfoque que aplicaba al diseño de edificios. Se trata de geometría básica: coges una forma plana y la conviertes en un volumen”

Gianfranco Ferré¹

En arquitectura, así como en el diseño de moda, el patrón es un diseño bidimensional, un papel o una plantilla de cartón, a partir del cual se construye un espacio. Un espacio para que el cuerpo en movimiento pueda vivir en ello, sea ese una prenda o un edificio.

Comprender la forma y las proporciones del cuerpo, y como estas se transfieren al patrón, resulta fundamental en el proyecto de arquitectura así como en la construcción de una prenda. El conocimiento y el correcto uso de los materiales son determinantes, cuando el patrón o el dibujo pasan del concepto bidimensional a objeto tridimensional. En arquitectura se suele hablar de tectónica de los materiales, en moda se podría aplicar el mismo concepto a los tejidos y a los materiales utilizados.

Ambas disciplinas comparten tanto aspectos técnicos como de diseño. El diseñador de moda decide, en sus patrones, donde construir líneas, colocar bolsillos o cuellos o como producir volumen. El arquitecto, en sus dibujos, decide como articular los espacios, trabajando con particiones verticales y horizontales, alturas distintas y entradas de luz. Los dos ámbitos, además, cumplen objetivos funcionales (relacionados con el bienestar del cuerpo) que van paralelos a los aspectos puramente formales.

Igualmente, los conceptos de estructura y piel, fundamentales a la hora de concebir un espacio, lo son también a la hora de concebir una prenda. La estructura puede coincidir con la piel o desvincularse de ella, empleando estructuras de refuerzo, que complementan o alteran la forma del cuerpo.

En el primer caso la estructura reside en el patrón. El corte preciso de las distintas piezas, el ensamblaje de ellas y el tratamiento que se añade a los tejidos, genera una envoltura que reproduce las líneas corporales. En el segundo caso, la prenda se sirve de una estructura auxiliar y, junto al tejido que la envuelve, rediseña el cuerpo de la mujer. Dichas estructuras refuerzan y dirigen la tela que tiene tendencia a caer de forma natural y, según el peso, el grosor o la ligereza, se alinea con la forma del cuerpo.

Muchos diseñadores contemporáneos, se sirven de estas estructuras, para realizar prendas atractivas y originales, pero su uso se limita, casi exclusivamente, a los trajes de alta costura. Sin embargo, en el siglo XIX, estas piezas son una constante en el atuendo femenino. Las crinolinas, los polisones y los corsés rediseñan la silueta de la mujer. Las faldas son amplias y acampanadas, los torsos rígidos y estilizados. Son estructuras que dificultan el movimiento y en algunos casos generan problemas respiratorios y óseos, por el espacio tan angosto que ofrecen. A esta condición de represión, la moda de



85 Maniquí de hierro de principios del siglo XVII.

¹ Diseñador y arquitecto italiano (1944-2007)

principios de siglo XX responde con piezas depuradas de todo tipo de soporte y estructura devolviendo libertad a la silueta femenina. A finales de siglo, algunos diseñadores reintroducen, en sus pasarelas, con una perspectiva diferente, crinolinas y corsés.

Realmente, la evolución del traje femenino, es mucho más compleja, y hacerlo bajo un enfoque arquitectónico resulta aun más interesante. El axioma de partida, para este análisis, es considerar el traje, con su estructura y envolvente, como una “pieza de arquitectura”.

EL MIRIÑAQUE

En 1850 las faldas de moda son tan anchas que las señoras, para conseguir la silueta deseada tienen que usar debajo de sus faldas muchas capas de enaguas², normales o endurecidas. En 1856, C. Amet. patenta, usando alambres de acero, un nuevo diseño, que reproduce el esqueleto de una enagua³. Esta nueva estructura, está compuesta por aros de acero, de anchuras distintas, dispuestos paralelamente de menor a mayor. Cada uno de los aros pasa a través de unos canalillos abiertos en las cintas verticales de lana que, unidas a la cinturilla, confieren a la estructura su característica forma de jaula. Este esqueleto, que se lleva bajo las faldas, para ensancharlas y conservar su forma, toma el nombre de “crinolina” o “miriñaque” (fig. 86,87). Su éxito reside en el uso del acero que permite realizar una jaula ligera y plegable donde las mujeres pueden moverse con más gracias. Es evidente como el desarrollo de las nuevas tecnologías afecta también al vestido y a su confección.

NUEVO MODELO DE MIRIÑAQUE

Hacia 1865, la forma de la falda cambia su estructura, es aplastada por delante, más abultada por detrás y termina con frecuencia en una pequeña cola. Para crear esta silueta, el miriñaque disminuye su tamaño, las bandas horizontales son onduladas y la estructura en forma de jaula se sigue manteniendo gracias a la ligereza del acero y a las cintas verticales (fig. 88). Las faldas están cosidas con nesgas⁴ para que el vestido caiga bien sobre el nuevo modelo de miriñaque (fig. 89). Un anuncio, en Illustrated London News, de 1865 exalta las ventajas de estas nuevas crinolinas:

*“estas bandas como olas son tan perfectas que una señora puede subir las escaleras, apoyarse en una mesa, dejarse caer en un sillón, sentarse en una butaca de la ópera y ocupar la parte de atrás de un carruaje, sin molestias para si misma ni para otras personas y sin dar pie comentarios desagradables de quienes las miran.”*⁵

LOS POLISONES

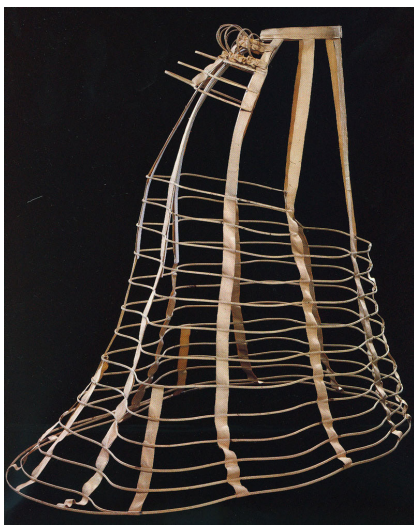
Hacia 1880 las faldas abultan aún más por detrás formando casi un angulo recto con la caída de la falda. Para conseguir este efecto las mujeres utilizan los polisones, a menudo incorporados en las faldas (fig 91). Los modelos van desde los pequeños miriñaques, hechos con medios círculos de acero, hasta almohadones rellenos de pluma o estructuras de malla de alambre que se pliegan sobre sí misma cuando la señora que las lleva se sienta (fig. 90).

2 Prenda interior femenina.

3 Johnston L., *La moda del siglo XIX en detalle*. Gustavo Gili, Barcelona, 2006.

4 Piezas triangulares de tela cosidas en una prenda para hacerla más ancha por un extremo y más estrecha por otro.

5 Johnston L., Op. Cit., p.132.



- 86 Miriñaque de algodón y lana con armadura de acero. Inglés, hacia 1860.
- 87 Vestido de día de muaré. La crinolina es la estructura de refuerzo. Inglés, hacia 1858.
- 88 Miriñaque hecho de aros de acero cubiertos de lino, hacia 1868.
- 89 Vestido de día de seda cosido con nesgas. El miriñaque de menor tamaño hace la falda más aplastada por delante y más abultada por detrás. Inglés, hacia 1862.
- 90 Polisones de crin de caballo y metálicos, hacia 1885.
- 91 La falta abulta por detrás. La estructura del miriñaque incluye el polisón. París, 1869-1870.



92 Corsé de raso rosa guarnecido con encaje de bolillos negro. Inglés, hacia 1890.

93 Corsé confeccionado en algodón, con ballenas, adornado con bordado inglés y cinta de seda. Inglés, hacia 1890-1900.

94 Cuerpo de raso adornado con bordado en relieve, guarnecido con tul y lentejuelas. New York, 1895.

EL CORSÉ

El corsé, ya de moda en los siglos anteriores, mejora en diseño y materiales a finales de siglo XIX. Se vuelve más cómodo, llevadero y hace más esbelta la figura, gracias a su diseño más ergonómico. La estructura del corsé se consigue a través de tiras de ballena, metidas entre filas de pespuntos, que siguen el contorno de la silueta. En los años ochenta, se ponen de moda, tanto en los trajes como en la corsetería, colores llamativos y fuertes. Aparecen corsés color rosa, rojo, albaricoque y color pavo (fig. 92). De interés es el corsé “ventilado”, uno de los inventos saludables que se incorpora a la manufactura del corsé a finales de siglo XIX (fig. 93). Esta estructura se compone de una doble capa de tiras verticales, que contienen ballenas, sobre una base de tiras horizontales, ambas de algodón. Los espacios libres, producidos por la intersección de la estructura principal con la secundaria permiten la circulación del aire, la piel respira y el sudor evapora⁶.

LAS MANGAS

Entre 1894 y 1896 entre las mujeres, se ponen de moda unas mangas enormes, para todo tipo de actividad y para toda clase de ocasión. Su forma recuerda la de un jamón, de ahí su nombre *gigot* (de jamón). Normalmente, estas mangas se montan sobre un forro rígido que actúa como soporte de la parte abullonada (fig. 94).

El periodo de paz entre 1890 y 1914, denominado en Francia la *Belle Époque*, permite una evolución y cambios importantes en el mundo de la moda. En Inglaterra se conoce como periodo Eduardiano y como observa Virginia Cowles, periodista Americana, en su libro *Eduard VII and his circle*, en esos años “se gastaba más dinero en ropa, se consumía más comida, se montaba más a caballo, se cometían mas infidelidades, se mataban más pájaros, se encargaban más yates y se trasnochaba más de lo que nunca se había hecho antes”⁷.

Charles Frederick Worth es quien, a finales de siglo XX, revoluciona el concepto de modisto e introduce el concepto de pasarela. Antes de su llegada los diseñadores de moda, se dedican a reproducir los modelos demandados por su clientela femenina. Los modistos visitan las damas en sus hogares y se limitan a coser los trajes, con las telas y los colores escogidos por las mismas clientas. Worth, es el primero que impone su gusto y su estilo. En sus diseños, elimina los tocados y las crinolinas y sus vestidos se ciñen más al cuerpo. Su genialidad se manifiesta sobre todo en la forma de presentar y vender el producto. Sus clientas, pueden ver los trajes puestos sobre atractivas jóvenes en los pequeños desfiles que el diseñador organiza para sus clientas.

Pero la gran revolución llega con la eliminación del corsé. En el 1908 el joven diseñador Paul Poiret, presenta su innovadora colección, llamada *Directorio*. Sus diseños liberan las mujeres de las complicadas y molestas estructuras que hasta aquel entonces caracterizan el atuendo femenino: corsés, miriñaques, enaguas y polisones. Las faldas caen rectas hasta cinco o seis centímetros del suelo, la cintura se coloca bajo el pecho y el corsé desaparece.

6 Johnston L., Op. Cit., p.144.

7 Laver J., *Breve historia del traje y la moda*. Thames and Hudson, Londres, 1988, p. 215.

Con el estallido de la primera Guerra Mundial, las mujeres, obligadas a trabajar en las fábricas y en los campos, reclaman prendas más funcionales. Nace la bata de enfermera y el pantalón para las empleadas, las faldas descubren los tobillos y abandonan cualquier tipo de estructura y soporte.

Terminada la guerra, la comodidad y la funcionalidad de esas prendas se convierten en símbolo de emancipación femenina. El corsé, las enaguas y los miriñaques, que paulatinamente se eliminan en la década anterior, desaparecen definitivamente. La mujer opta por tejidos más prácticos y ligeros, prevalece un estilo andrógino, aparecen siluetas delgadas y sin pecho, vestidos sin cintura y pelo corto a lo *garçon*.

Esta silueta, que muestra la figura sin realzar sus curvas, se asocia a la personalidad de la modista Gabrielle Chanel, llamada “Coco”. Su indumentaria tiende hacia la masculinidad, el pelo es corto y sus prendas son cómodas y holgadas. Más que diseños, Chanel en estos años propone un estilo, el suyo (fig. 96). Un código de indumentaria propio de un nuevo tipo de mujer. Sus prendas, nacen en función de sus necesidades. Los vestidos de noche los diseña porque la invitan a participar a la vida social y cuando recurre al tejido de punto, hasta ese momento reservado a la ropa interior masculina, es porque monta a caballo.

En estos mismo años otra personalidad revolucionaria, de forma muy distinta, la silueta femenina. Madeleine Vionnet, se especializa en el corte al bias y en el arte del drapeado. Sus piezas se amoldan al cuerpo y valorizan sus curvas, los materiales, muselina, seda o crespón, otorgan sensualidad al vestido y libertad de movimiento (fig. 97). Sus vestidos son piezas de arquitectura, construidas sobre grandes muñecas, gracias a su genialidad en el corte y a su habilidad en el drapeado.

En 1939, con el estallido de la segunda guerra mundial, se imponen restricciones que afectan también a la indumentaria. Se regula la cantidad de tejido para las distintas categorías de prenda y no se permite, por ejemplo, utilizar más de cuatro metros de tejido para un abrigo y más de un metro para una camisa.

Terminado el conflicto y con el sus limitaciones, el diseño de moda tiende hacia el lujo y la elegancia. Las mujeres rempazan los cortes masculinos por líneas femeninas que realzan y valorizan la figura.

El modisto francés Christian Dior, en su primera colección, presentada en 1947, responde a estas nuevas necesidades. “*This is a new look*” según las palabras de una redactora de la revista *Vogue* de esos años. De esta expresión queda la palabra “*New Look*” con la cual se identifica el estilo Dior, cuyo éxito alcanza un nivel internacional. Sus diseños proponen un retorno a la silueta de finales de siglo XIX sin la necesidad de estructuras auxiliares. La cintura es ajustada, el pecho realzado y el pequeño busto coronado por una amplia falda en forma de corola (fig. 98). Para conseguir la silueta deseada recurre a prendas de refuerzo en las caderas, para sostener las faldas acampanadas, y a ropa interior encorsetada para estrechar la cintura.

En 1954, Coco Chanel, abre de nuevo su casa de costura, cerrada en 1939, y presenta su nueva colección. Sin eliminar los rasgos



- 95 Paul Poiret, vestido con influencia oriental, 1914.
96 Gabrielle Chanel fotografiada en su villa La Pausa, hacia 1930.
97 Madeleine Vionnet luciendo uno de sus modelos, 1931.



masculinos que caracterizan sus diseños de los años veinte, propone modelos más femeninos y elegantes. Su colección se caracteriza por pequeños trajes de chaqueta con ribete de cordón, blusas holgadas, joyas de fantasía, chalitas de seda negra y bolsos acolchado en bandolera (fig. 99).

En estos mismos años empieza a ser reconocido el talento de otro modisto, Cristóbal Balenciaga, que así define su profesión:

“Un gran modisto debe ser un arquitecto para las líneas, un escultor para las formas, un pintor para los colores, un músico para la armonía y un filósofo en el sentido de la medida”.

Sus prendas son el reflejo de esta definición y buscan constantemente la armonía entre silueta, proporciones y apariencia. Las piezas que componen sus trajes responden siempre a principios compositivos y a la tectónica de los materiales. Sus prendas son volúmenes que, sin apenas cortes ni costuras, envuelven y protegen el cuerpo de la mujer. Es de 1955 el *Traje túnica*, una prenda compuesta por dos piezas de líneas puras que esconde la cintura y ensancha los hombros. En los años sesenta su experimentación con el patronaje, lo lleva a realizar prendas innovadoras, con un acabado casi escultórico. Son de estos años el vestido *Arum* y el vestido para cóctel de *cuatro caras*, cuyas alas se consiguen a través de piezas de soporte (fig. 101). De 1967 es el traje de novia compuesto por un única pieza de tela. La elegancia, en este traje, es indiscutible y el acabado es escultórico (fig. 102).

Del taller de Balenciaga salen dos modistos, André Courrèges y Paco Rabane, cuyos diseños innovadores, condicionan la moda de los años sesenta.

André Courrèges es ingeniero de caminos, apasionado de arquitectura y experto de diseño. Sus trajes reflejan su formación y sus pasiones. En 1965 presenta, en las pasarelas parisinas su *“Colección Blanca”* en la cual prefigura la mujer del año 2000. Las faldas son cortísimas, las prendas blancas y sin adorno tienden hacia el minimalismo y la transparencia. Los cortes son rectos y rigurosos y los tejidos se combinan con materiales como el plástico y el metal (fig. 103,104).

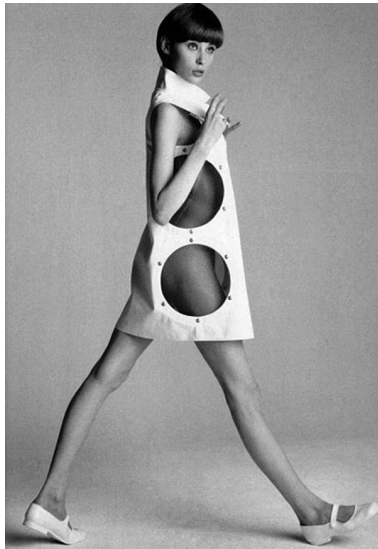
Paco Rabane, al igual que Courrèges, trabaja en el ámbito de la experimentación, utilizando en sus prendas materiales innovadores y poco tradicionales, como el aluminio, el rodoid-plástico, el hierro y el cuero. La puesta en escena de sus prendas suele ser en espacios cuya música y escenografía hacen referencia a ambientes futuristas. A partir de 1967, las pastillas de plástico, de colores o transparentes, son una constante en la obra del modisto. Sus vestidos son envolventes estructurales, compuestas por pequeñas piezas, redondas o cuadradas, unidas entre ellas a través de pequeños aros metálicos. Son pieles que envuelven el cuerpo, recalcan la silueta y evidencian las curvas (fig. 105,106).

Si los años sesenta se caracterizan por la innovación y la experimentación en el patronaje y en los materiales, los años setenta tienden hacia una racionalización de estos procesos. Es en estos años que el mundo oriental se da a conocer en las pasarelas parisinas y diseñadores japoneses presentan sus colecciones. El diseño de vestimenta japonés es un trabajo muy cercano y afín a la arquitectura. Los vestidos orientales, como el kimono, no siguen el contorno del cuerpo humano, sino más bien el aire que lo rodea, trazando los

98 Christian Dior, modelo paradigmático de la primera colección, 1947.

99 Gabrielle Chanel junto a una modelo que luce un traje de chaqueta con ribete de cordón, 1954.

100 Cristóbal Balenciaga, traje túnica, 1955.



- 101 Cristóbal Balenciaga, vestido de cuatro caras, 1967.
- 102 Cristóbal Balenciaga, traje de novia, 1967.
- 103 André Courrèges, "Colección Blanca", mini vestido con círculos, 1960.
- 104 André Courrèges, "Colección Blanca", mini vestido transparente, 1960.
- 105 Paco Rabane, vestido con pastillas de plástico y capucha, 1967.
- 106 Paco Rabane, vestido con pastillas metálicas, 1966.



posibles movimientos que la figura puede realizar.

Entre los diseñadores japoneses, los diseños de Issey Miyake, en estos años, actualizan y más tarde reinterpretan, la tradición textil oriental. Sus prendas son envolventes corporales que protegen y acompañan el cuerpo en sus movimientos y desplazamientos. “Estoy interesado en el espacio entre el cuerpo y las prendas” dice el diseñador, en 1987, en una conferencia en Los Angeles. La investigación lo acompaña desde el principio de su carrera. En 1970, presenta, en la exposición universal de Osaka, su primer trabajo, “Constructible Clothes”, con el cual se da a conocer al mundo occidental (fig. 107).

Analizando el trabajo de Miyake, resulta complejo hablar de traje; sus prendas, son piezas únicas de tela que envuelven el cuerpo humano. Sus primeros ejercicios, bajo el nombre de A-POC, contracción de “A piece of Cloth” trabajan sobre este concepto y se centran en crear un tipo de vestido a partir de una sola pieza, introduciendo técnicas informáticas en los procesos de producción. Su investigación lo conduce también hacia el uso de las diferentes técnicas de tejeduría y hacia el desarrollo de nuevos textiles. El objetivo reside en fundir la artesanía tradicional con materiales y procesos de producción modernos. El concepto del plegado en las prendas, es otro de los temas ampliamente trabajado por el diseñador en los años ochenta. “Los pliegues” declara Miyake, “se mueven y cambian con el movimiento del cuerpo del usuario”. La investigación lo conduce siempre al mismo objetivo: encontrar una prenda que se adapte a los movimientos del cuerpo, que lo envuelva y proteja, pero al mismo tiempo lo deje libre en sus desplazamientos. La colección *Pleats Please Miyake*, lanzada comercialmente en 1993, reúne estos procesos de investigación (fig. 108-110).

En los años ochenta aparece el trabajo, revolucionario y contra corriente, de otros dos modistos, Jean-Paul Gaultier y Christian Lacroix, que reintroducen en sus pasarelas prendas con estructura de refuerzo, deformando una vez más la silueta de la mujer.

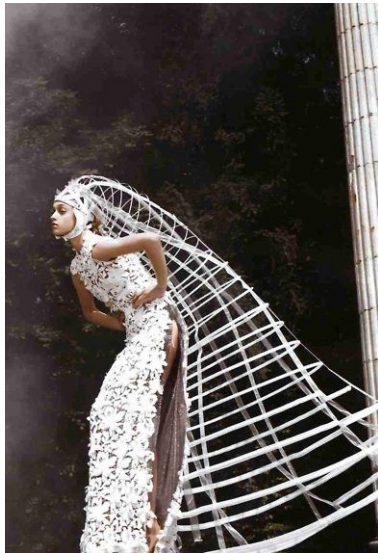
Jean-Paul Gaultier, desde el momento de su aparición, es bautizado como el “enfant terrible” de la moda. Su imagen es subversiva y su trabajo provocador. En sus desfiles cuenta con modelos poco convencionales como, hombres ancianos, mujeres poco delgadas, modelos tatuadas y con piercing. Sus prendas, muestran un amplio conocimiento de las técnicas y de la historia del traje. Sus diseños, reinterpretan, de forma muchas veces provocadora, estilos pasados. En sus pasarelas reintroduce corsés y crinolinas, pero su mirada va más allá de la simple estructura de refuerzo. En el desfile para la temporada otoño-invierno 2008-2009, las estructuras pierden su función primitiva y se convierten en accesorios que pasan por encima de la prenda. En primer lugar se concibe el traje y encima de este, la jaula, entendida como una especie de nuevo bordado. Las crinolinas, afloran de la cabeza de las modelos y agrandándose hacia el pavimento se muestran como una extensión del cuerpo humano (fig. 111,112).

Christian Lacroix, es otra de las personalidades que revoluciona y sigue revolucionando las pasarelas parisinas. Sus diseños muestran un gran conocimiento sobre la historia del traje y los folclores, que se interpretan de forma menos subversiva respecto a la de Jean-Paul

107 Issey Miyake, *Constructible cloth*, 1969.

108-109 Issey Miyake, vestido plegado, 1995.

110 Issey Miyake, *Pleats Please*, 1993.



- 111 Jean Paul Gaultier, vestido de la colección 2008-9.
- 112 Jean Paul Gaultier, vestido de la colección 2010.
- 113 Christian Lacroix, vestido de la colección 1994.
- 114 Alexander McQueen, vestido de la colección 2008-9.
- 115 Viktor & Rolf, falda de tul con hendiduras, colección 2010.
- 116 Viktor & Rolf, falda de tul rosa, colección 2010.

Gaultier. En sus desfiles regresan las crinolinas con estampados, los corsés bordados y las faldas con volumen, sustentadas por piezas de refuerzo. Los colores, los tejidos y sus combinaciones recuerdan los trajes populares y las damas de finales de siglo XIX (fig. 113).

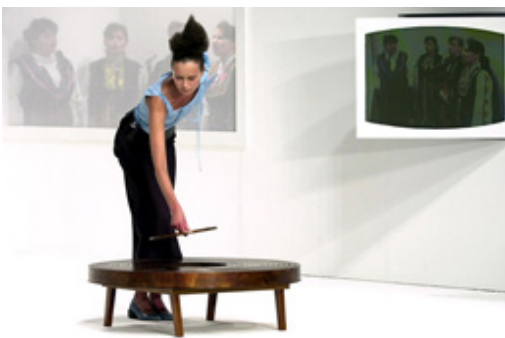
Siguiendo la línea temporal del traje, entendido como pieza arquitectónica, que se sirve en algunos casos de estructuras auxiliares de refuerzo, es indispensable hablar en los años noventa del diseñador Alexander McQueen.

Su figura, junto a la de Jean-Paul Gaultier, es una de las más trasgresoras en el mundo de la moda. Sus diseños transmiten una “belleza salvaje”. “*Savage Beauty*” es el nombre de la exhibición de sus trabajos, que se tiene en New York en 2012, dos años después de su muerte. En sus colecciones, se narran historias, sus prendas son teatrales así como sus modelos. La energía de sus diseños reside en los contrastes. La sensualidad se enfrenta al brutalismo, las fantasías y los colores a los cortes angulares y agresivos. Sus prendas se sirven de estructuras auxiliares, como miriñaques metálicos bajo las faldas y piezas de refuerzo para soportar protuberancias, levantar o endurecer partes de la prenda (fig. 114).

Destaca en estos años también el trabajo de dos jóvenes modistos, Viktor Horsting y Rolf Snoeren. Su primera colección, “*Hyères*”, presentada en 1993, muestra trajes cuya filosofía se funda en los principios de la distorsión, reconstrucción y estratificación de la prenda. En 2010 presentan una colección, cuyas faldas son el desarrollo de esta investigación. Las crinolinas, utilizadas como estructuras de soporte, se deforman y los conceptos de adición y sustracción, propios de la disciplinas arquitectónica, se aplican al vestido. Las faldas se componen por la suma de diferentes piezas o se deforman a través de huecos y hendiduras en la estructura auxiliar (fig. 115, 116).

A finales de siglo XX otros diseñadores se acercan al mundo de la moda de una forma más teórica, pero no por eso menos innovadora. Es el caso del diseñador británico, de origen turco chipriota, Hussein Chalayan. Sus diseños retoman el concepto de espacio, entendido como lugar para habitar. Sus prendas son piezas que producen un nuevo espacio para el cuerpo y para su entorno; son objetos móviles y portátiles que responden a una necesidad de desplazamiento y distanciamiento.

La colección otoño-invierno de 2000, “*Afterwords*”, es un ejemplo paradigmático de esta investigación (fig. 117). Más que una colección es una exhibición, donde aparece un espacio doméstico compuesto por cuatro sillas, una mesa circular y una ventana. Un grupo de cuatro modelos, en ropa interior, aparece en la sala y se dispone cada una al lado de una silla. Los modelos, tras un proceso de despliegue, transforman las estructuras de las sillas en pequeñas maletas y las fundas en vestidos. Una quinta modelo aparece en la escena. Se acerca a la mesa, destapa su círculo central, se introduce en la cavidad y eleva el tablero. La mesa se convierte en una escultórica falda acampanada que parece recordar las estructuras de las faldas del siglo XIX. A través de esta representación, Chalayan muestra como la moda puede responder a las necesidades de desplazamiento y configurar espacios que van más allá del simple vestido. Las prendas se convierten en piezas arquitectónicas que envuelven el cuerpo y configuran su entorno.



117 Hussein Chalayan, *Afterwords*, 2000.

Las catedrales de la moda

“Pero aquel bochorno de fábrica, que ardía en todo el establecimiento, procedía sobre todo de la venta, del ajetreo de las secciones, perceptible incluso más allá de las paredes. Se oía allí un continuo ronroneo de fábrica en pleno funcionamiento; el trajín de las hornadas de compradoras, que se agolpaban en todos los departamentos, a las que aturdía la abundancia de mercancías; a las que enviaban, por fin, sin miramientos, a las cajas. Y todo bien regulado, rigurosamente organizado, como un mecanismo de precisión ajustado para hacer circular por potentes y lógicos engranajes a esa muchedumbre de mujeres.”¹

Émile Zola

Le Bon Marché, inaugurado en 1852, es el primer almacén abierto al público. Émile Zola en su libro *“Au Bonheur des Dames”* (El paraíso de las damas) define estos grandes almacenes parisinos como “consagrados al consumismo”.

Su propietario, Aristide Boucicaut, es un pionero de la venta al público y un visionario del marketing. Comienza su carrera en una de las *boutiques* denominadas *magasin des nouveautés*, que aparecen en Francia en la segunda década del siglo XVIII. Estos pequeños almacenes ofrecen artículos diversos bajo un mismo techo y comienzan a desarrollar técnicas novedosas como, por ejemplo, escaparates tentadores, precios claramente marcados y la organización de la mercancía por pasillos. Vente años más tarde, junto a su socio, empieza a dirigir su propio negocio, *Au Bon Marché* (El Barato), poniendo en práctica los conocimientos de venta adquiridos e introduciendo ulteriores innovaciones como los descuentos, el reembolso, la entrega a domicilio y la rápida rotación de la mercancía. En pocos años los beneficios aumentan y el objetivo de Boucicaut es de realizar un emporio de las compras y no de limitarse a una simple “tienda de novedades”. Junto al ingeniero Gustave Eiffel cumple su sueño. Los almacenes reformados por el mejor experto de la manipulación del vidrio y del hierro, abren sus puertas en el 1870 (fig. 118); son una auténtica “catedral del comercio”, la luz entra por la majestuosa claraboya metálica (la primera realizada en el mundo), los escaparates son grandes y la superficie comercial amplia con escaleras en espiral que conducen a los diversos departamentos.² La clientela en constante movimiento, la abundancia de los materiales, la gran actividad comercial y el espacio interior generan un conjunto homogéneo que se percibe en una de las portadas de la época, de un catálogo de novedades de los grandes almacenes (fig. 119).

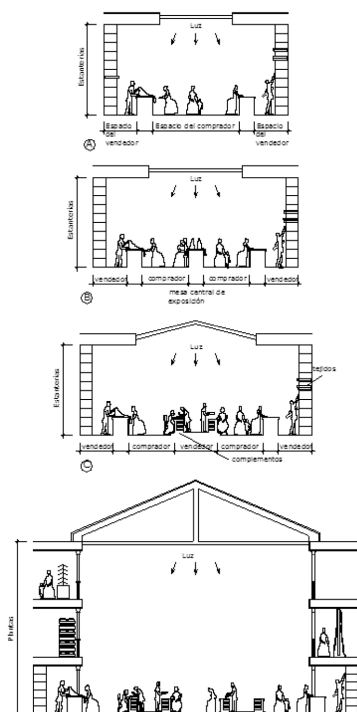
Bernard Marrey, estudioso del fenómeno de los almacenes parisinos, publica en una de sus obras, una litografía de Honoré Daumier titulada *“Los grandes almacenes, cada vez más monstruosos”* (fig. 120). La leyenda que hay detrás de esta litografía es un diálogo entre un dependiente y un comprador que necesita comprar un gorro de algodón:



118 Le Bon Marché después de la reforma, París, 1875.

1 Zola É., *El paraíso de las damas*. Alba Editorial, Barcelona, 1999, p.31.

2 Tungate M., *Marcas de moda - marcar estilo desde Armani a Zara*. Editorial Gustavo Gili, Barcelona, 2008, p.104.



119 Portada de un catálogo de novedades de los grandes almacenes Bon Marché.

120 Litografía de Honoré Daumier, *Los grandes almacenes, cada vez más monstruosos*.

121 Evolución de la sección de la galería en el gran almacén. Dibujo de Rafael Serrano Saseta.

«¿Me podría indicar, por favor, la sección de gorros de algodón?»

- Al fondo de la novena galería a la derecha, después la cuarta a la izquierda, y cuando llegue a la sección 15 pregunte por los gorros de algodón, allí le indicarán perfectamente el camino.

- ¡ah, sapristi...qué rabia de haber dejado mi cabriolé en la puerta!»³

En su origen, el interior del almacén se configura como una estructura urbana: las galerías son sus calles y los *halls* sus plazas. La circulación es de tipo lineal en las galerías y circulatoria en los *halls*. Normalmente un núcleo de escaleras se ubica en el *hall* central, estimulando la circulación de los clientes hacia las plantas superiores.

El arquitecto Rafael Serrano Saseta en su tesis doctoral *Aspectos urbanos y arquitectónicos de los grandes almacenes de París: modernización del gran comercio urbano a partir de la primera mitad de siglo XIX*, aborda el tema del gran almacén parisino. Las escalas analizadas son dos: la escala urbana y sus relaciones con la ciudad moderna, y la escala interna del edificio.

De gran interés es el análisis que realiza sobre la evolución de los tres elementos compositivos que definen el espacio del almacén parisino: la galería, el *hall* y el departamento de ventas.

El *hall*, generalmente colocado en posición central e iluminado por luz cenital, no es solo una superficie de uso, sino un volumen de uso. Su importancia no radica tanto en el plano horizontal, cuanto en su sección. Sirve como dispositivo de observación y ofrece una comunicación visual con las diferentes partes del edificio. El *hall* es *“el teatro del comercio”*⁴.

La galería es un elemento lineal y de sección constante donde se entrelaza la relación del vendedor con el cliente, pero Rafael Serrano analiza como su sección en el curso de los años aumenta de forma exponencial (fig. 121). A las estanterías laterales y a los mostradores que separan el cliente del vendedor se añade una mesa central de exposición que aumenta el contacto del cliente con la mercancía. En los almacenes Le Bon Merché, después de la reforma de 1870, se puede ver a través de imágenes de la época, como el desarrollo de este proceso espacial ya se ha logrado.

De una primera estructura distributiva lineal en galerías se pasa a una estructura que Rafael Serrano Seseta define “alveolar” propia de los posteriores almacenes que se organizan según departamentos. El departamento es un espacio confinado y flexible, donde la relación entre el cliente y el vendedor es directa. El mostrador como barrera física desaparece y el espacio se articula de forma más dinámica: hay espacio suficiente para poder hablar con el comprador, hay mesas donde supervisar la mercancía y estanterías accesibles al consumidor.

Este proceso evolutivo es evidente en las imágenes, de 1870 y de 1877, de la planta baja, de los almacenes del Louvre en París (fig. 122). En tan solo siete años la distribución interna ha cambiado radicalmente. En el 1870 las galerías y los *halls* articulan el espacio de forma lineal y circular, mientras en 1877 el espacio se presenta fraccionado por los diversos departamentos de venta, situados perpendicularmente a la entrada del visitante, generando recorridos más flexibles y una

3 Serrano R., *Aspectos urbanos y arquitectónicos de los grandes almacenes de París: modernización del gran comercio urbano a partir de la primera mitad de siglo XIX*. Tesis doctoral, Escuela Técnica Superior de Sevilla, 2005, p. 8.
4 Ibid., p. 28.

relación más directa entre el cliente y el vendedor.

Debido al crecimiento económico originado por la industrialización, que da lugar a un ansioso mercado de consumidores, la tipología del almacén empieza a desarrollarse en otras ciudades europeas y norteamericanas.

En Alemania, los primeros almacenes aparecen en Berlín a finales de los años ochenta. Los almacenes Wertheim, inaugurados en 1896 en la Leipziger Strasse de Berlín se convierten, tras cinco fases de construcción sucesivas, en los mayores de toda Europa. De ellos hoy no queda nada, los bombardeos de la segunda guerra mundial los destruyeron por completo. La obra, a pesar de su ausencia, sigue siendo de gran importancia, sobre todo por su fachada innovadora.

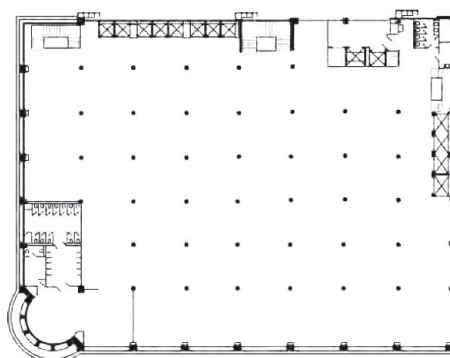
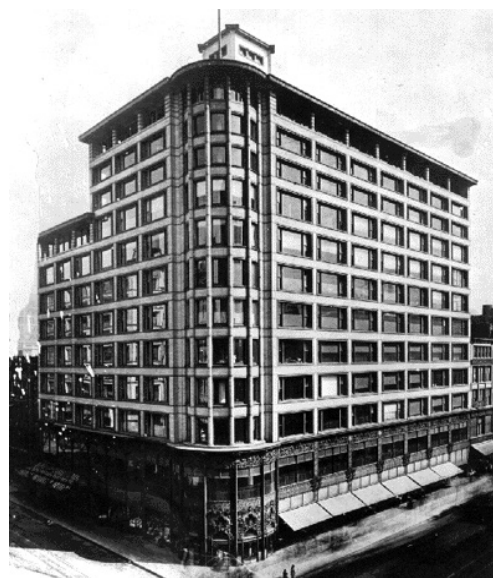
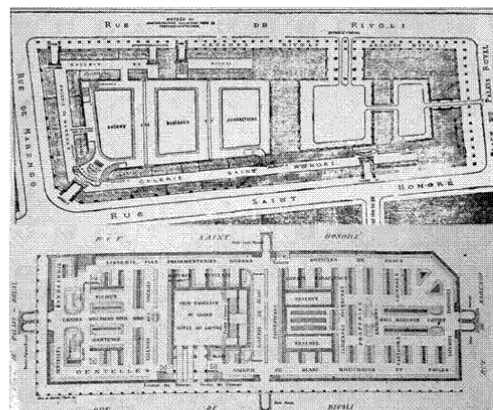
Georg Wertheim, así como Aristide Boucicaut, comienza su actividad comercial con un pequeño negocio y más tarde abre su primera casa de moda. Tras su éxito, encarga en 1896 al arquitecto Alfred Messel la construcción de los almacenes Wertheim⁵.

La planta es diáfana, formada por una retícula de pilares metálicos, y el gran hall central está cubierto con una claraboya de cristal. La originalidad del edificio se encuentra en su fachada, compuesta por pilastras de granito alternas a planos de vidrio (fig. 123). Este ritmo compositivo permite una permeabilidad visual y la mercancía es visible desde la calle. En este almacén aparece, por primera vez, el concepto de escaparate, tema unos años más tarde ampliamente trabajado por la Werkbund alemana.

Otro aspecto innovador, es la propensión de sus propietarios en acoger las novedades más atrevidas. A menudo el *Lyzeum-Klub*⁶, colabora con los almacenes Wertheim. La arquitecta Else-Oppler es directora del departamento de moda femenina durante un tiempo y la misma Lilly Reich, en sus primeros años de actividad, realiza una instalación de ropa para los mismos⁷.

A finales de siglo XX la tipología arquitectónica del almacén sigue desarrollando, modificando o eliminando sus elementos compositivos iniciales. Es el caso de Estados Unidos, donde aparece un nuevo concepto espacial de almacén, ligado a la introducción de nuevos materiales y a las nuevas técnicas constructivas. La planta sigue siendo diáfana, garantizando una permeabilidad visual y de flujos. El hall central y su cubierta transparente desaparecen bajo nuevos forjados, aumentando de esta forma los metros cuadrados de superficie de venta. Los elementos de circulación vertical se desplazan en zonas más marginales, así como todas las actividades de servicio y almacenamiento (fig. 125). El espacio interior se ilumina a través de las numerosas perforaciones en fachada, conseguidas gracias a los nuevos sistemas estructurales. El escaparate adquiere en planta baja aún mayor importancia, pasando a ser la *condicio sine qua non* del conjunto arquitectónico.

Todos estos elementos se detectan claramente en los almacenes Carson, Pride & Scott, construidos en Chicago, en 1899, por el arquitecto Louis Sullivan. La construcción empieza como remodelación de los almacenes Schlesinger & Mayer y termina, tras



122 Almacenes del Louvre, planta baja, 1870-1877.

123 Alfred Massel, almacenes Wertheim, fachada, Berlín, 1896.

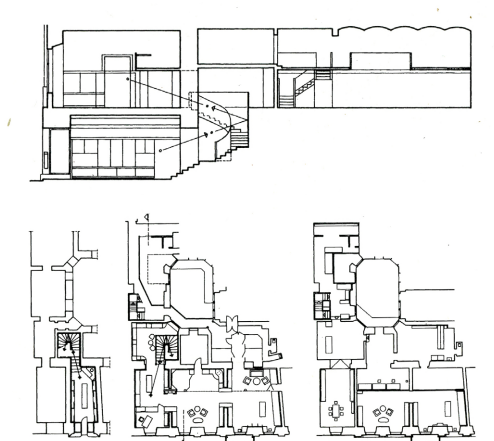
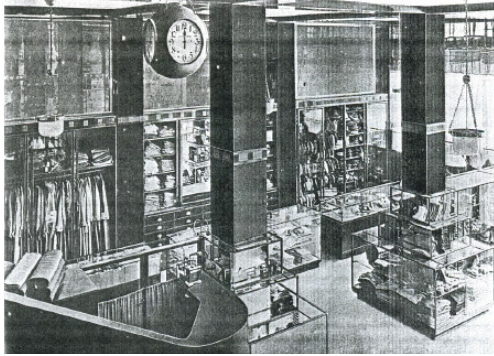
124 Louis Sullivan, almacenes Carson, Pride & Scott, fachada, Chicago, 1904.

125 Louis Sullivan, almacenes Carson, Pride & Scott, planta tipo, Chicago, 1904.

5 García C., *Berlín-Potsdamer Platz: metrópoli y arquitectura en transición*. Tesis doctoral, Escuela Técnica Superior de Sevilla, 1998, p. 43.

6 Organización de mujeres académicas y profesional que impulsan su propia actividad con exposiciones, ferias y publicaciones.

7 Espegel C., *Heroínas del Espacio*. Atlántida Grupo Editor, S.A., Madrid, 2007, p. 134.



126 Adolf Loos, edificio para la compañía textil Goldman & Salatsch, fachada, Viena.

127 Adolf Loos, tienda Goldman & Salatsch, interior, Viena, hacia 1920.

128 Adolf Loos, tienda Knize & Comp, fachada actual, Viena.

129 Adolf Loos, tienda Knize & Comp, sección y planta, Viena.

diversas reformas, en 1904. Mantiene su función de gran almacén hasta el 2007 año en el cual se convierte en el centro Sullivan.

A principio del siglo XX, los proyectos de espacios comerciales no se limitan solamente a los grandes almacenes. Varios arquitectos se dedican al diseño de espacios interiores de menor envergadura, desarrollando el tema del espacio comercial desde la teoría hasta el proyecto, estableciendo relaciones con el arte el diseño y la moda.

Adolf Loos y Robert Mallet-Stevens son entre los protagonistas que en la primera década del siglo XX tratan estos temas, ofreciendo respuestas coherentes a la demanda de sus clientes.

Es interesante como Loos, que en sus numerosos escritos se arremete contra la moda y los estilos, entendidos como manifestaciones efímeras, trata el diseño de los espacios comerciales con el mismo interés y dignidad de cualquier otro proyecto.

En 1910, la compañía textil *Goldman & Salatsch* encarga al arquitecto un edificio de uso mixto: tiendas y talleres para el aprendizaje en planta baja y viviendas en las plantas superiores. La fachada del edificio, ubicado en una de las esquinas de la Michaelerplatz de Viena, articula visualmente, a través de los materiales, la separación entre la función pública y la función privada. Las plantas superiores, de uso residencial, están sencillamente revocadas en blanco, mientras la franja inferior del edificio, a nivel de la calle, está revestida por mármol cipolino de eubea (fig. 126).

El interior, de la tienda se caracteriza por una rigurosa retícula de columnas que se integra a un espacio fluido y flexible. Espacios más íntimos se alternan a espacios más amplios con intercambios de niveles y alturas. La actividad del taller se compagina con la actividad de venta y de exposición. La decoración original es destruida en 1938, pero las imágenes en blanco y negro registran el interior de este espacio comercial (fig. 127). Las prendas, dobladas en las vitrinas y colgadas en los expositores se muestran como elementos compositivos del conjunto arquitectónico.

Entre 1910 y 1913, Loos dibuja, siempre en Viena, la primera de un conjunto de tiendas de sastrería masculina para la firma Knize & Comp. La elegancia de la fachada se percibe en la tipografía del rótulo, en el uso de materiales nobles como el granito y en la atención por los detalles. El uso de la línea curva y el retranqueo de las vitrinas, que invitan el cliente hacia el interior, permiten resolver el problema de la estrechez de la fachada (fig. 126). La planta baja, reducida en sus dimensiones, es para la venta rápida. Una escalera helicoidal conduce al piso superior, y a través de los espejos que revisten la pared de fondo y amplifican el espacio, pone en contacto visual los dos niveles (fig. 129). En la planta primera, todas las paredes, los techos y los expositores empotrados, están revestidos por paneles de madera. Los espacios en doble altura son amplios y confortables, mientras los acabados y el mobiliario sobrio y rebuscado recrean un ambiente burgués para la seleccionada clientela vienesa (fig. 130).

La historiadora Beatriz Colomina comentando los espacios de Loos dice:

"Los espacios de los interiores de Loos cubren a sus ocupantes como prendas que cubren el cuerpo – cada ocasión tiene su

*propria talla (...) Toda la arquitectura de Loos puede ser explicada como la envoltura del cuerpo (...) Los interiores siempre contienen una bolsa cálida en la cual envolverse uno mismo*⁸.

Si Loos en su modernidad se mantiene fiel a la tradición, entendida como lucha contra la arbitrariedad de las formas, Robert Mallet-Stevens emplea, en el diseño de sus espacios comerciales, elementos de novedad y tendencia. En su primera tienda, realizada en 1928 para *Balley* en París, utiliza como revestimiento de fachada paneles metálicos, que se convierten en el icono publicitario de la marca suiza de calzados (fig. 131). Junto a los paneles, recurre al uso del bronce dorado en la puerta de entrada, en la enseña y en los perfiles de la vitrina, que sobresale respecto a la fachada (fig. 132). El interior, lujoso, se caracteriza por un amplio espacio de venta con una vitrina-escultura en el centro, espacios más amplios se alternan a espacios más íntimos, donde se reciben los clientes más exclusivos.

En Holanda otro arquitecto, Gerrit Thomas Rietveld, dedica particular atención al mismo tema. Sus proyectos, buscan una nueva relación con la calle, revolucionan y reinventan el concepto de vitrina y exploran el potencial comunicativo de la enseña. Todo estos elementos los resume en 1924, en el proyecto para la tienda E. Wessels en Zoon en Utrecht. La fachada es amplia y apaisada. El escaparate, en forma de paralelepípedo, es acristalado y enmarcado por perfiles metálicos. El volumen, protagonista de la composición, ocupa mitad de la altura y tres cuartos del ancho de la fachada. El espacio restante, retranqueado respecto a la línea de la calle y al volumen principal, constituye el acceso al espacio comercial. Sobre el escaparate una viga estructural, pintada en color rojo, sobresale respecto al conjunto, llamando la atención de los posibles clientes. Sobre la viga aparece la enseña, que con caracteres grandes y bien espaciados entre ellos, indica el nombre de la tienda (fig. 133). Es evidente como en este proyecto el arquitecto anticipa y trabaja temas que en el siglo XXI se convertirán en fundamentales a la hora de pensar y proyectar un espacio comercial.

*“Una tienda consiste en colocar prendas dentro de una caja preciosa, pero, para mi, la caja es tan importante en si misma como las prendas.”*⁹

*Rei Kawakubo*¹⁰

En el siglo XXI una imagen reconocible internacionalmente de una marca, llega a ser, muchas veces, más importante que el producto en si mismo. Esto genera una búsqueda, por parte de las compañías, que se traduce en la construcción de imponentes edificios que reflejan en su interior y exterior la esencia de la firma. La arquitectura se convierte en una herramienta de marketing.



130 Adolf Loos, tienda Knize & Comp, interior, Viena.
131 Cartel publicitario para la marca de calzados Balley, 1929.

132 Robert Mallet-Stevens, fachada de la tienda de calzados Balley, París, 1928.

133 Gerrit Thomas Rietveld, fachada de la tienda E. Wessels en Zoon, Utrecht, 1924.

8 Colomina B., *Sexuality and Space*. Princeton Architectural Press, New York, 1992, p.92.

9 Tungate M., *Op. Cit.*, p.115.

10 Estilista japonesa.

Este fenómeno arquitectónico, ha dado lugar a una nueva clase de edificios, firmados por arquitectos de fama internacional, donde se manifiestan estrategias de diseño asociadas a las nuevas tecnologías. *“Las tiendas son el rostro de una marca, son su imagen completa, tal y como deseáramos verla. La arquitectura juega un papel muy importante en la comunicación de marca; cuando entras en una tienda, ésta debería responder a tus expectativas respecto a aquélla.”*¹¹, afirma Robert Triefus, director de marketing de la firma Gucci.

En estos nuevos edificios el concepto de escaparate, así como concebido en el siglo XX, cambia de forma radical. La atención de los clientes, no se concentra únicamente en las vitrinas de planta baja pero se desplaza a todo el conjunto construido. El nuevo edificio, en su totalidad, se convierte en el escaparate de la firma.

En la tienda Prada, construida en 2003 por el arquitecto Herzog & de Meuron en Tokio, el concepto de 'tienda-escaparate' es explícito. El edificio es un volumen de cinco caras y seis plantas envuelto en una retícula de rombos acristalados, planos, cóncavos y convexos. La transparencia del edificio en todas sus plantas, permite una interacción visual entre exterior e interior. La curvatura de los cristales, genera un mecanismo óptico interactivo entre el movimiento interior de los visitantes y el movimiento exterior de la ciudad y sus peatones. La atención de los clientes y de los transeúntes se desplaza a todo el conjunto construido (fig. 134,135).

Esta nueva arquitectura para la moda no se limita exclusivamente al involucro exterior del edificio. Los espacios interiores tienen igualmente que reflejar el valor de la marca. Los clientes deben sentir que el espacio de compra está a la altura de los productos expuestos. El contenedor arquitectónico y el producto que envuelve, tienen que ser objetos únicos y exclusivos. De esta manera el proceso de compra se convierte en una 'experiencia de marca'. Los interiores de las tiendas no se limitan a la simple venta de las prendas, pero a la puesta en escena de ellas, a través de piezas arquitectónicas atractivas y avanzadas componentes tecnológicas. En los interiores, el espacio se concibe flexible, diáfano y polivalente. La zona de venta se compagina con zonas de exposiciones y multimedia, museos, talleres y zonas de ocio como cafeterías y terrazas.

En la rueda de prensa que se dio tras la inauguración de la tienda Prada construida por OMA en 2004, el arquitecto Rem Koolhaas declara a los periodistas: *“le damos a la gente la libertad de no comprar, al concebir fuentes alternativas de interés para ellos”*¹².

Con estas mismas premisas el arquitecto realiza, algunos años antes, en el interior de un edificio de siglo XIX, una tienda para la misma firma, en el popular barrio de SoHo en Nueva York (fig. 136). El espacio interior, profundo y estrecho, se caracteriza por una “ola” de madera que desciende desde el nivel de la calle hasta el sótano, induciendo el cliente a bajar a las áreas de exhibición de la planta inferior (fig. 137,138). Jaulas motorizadas y colgadas del techo se desplazan sobre raíles y cuando todas están replegadas, la totalidad del local se libera para actividades culturales. Junto al espacio, concebido de forma dinámica, polivalente y flexible, la componente tecnológica

11 Tungate M., Op. Cit., p.112.

12 Ibid., p. 113.

juega un rol fundamental en el proyecto; los probadores no tienen espejos, una cámara se encarga de que el cliente se vea de frente y vea la imagen de su espalda proyectada, los vestidores no tienen cortinas, sus paredes se vuelven opacas o transparentes según la necesidad y en las pantallas que cuelgan de los percheros se pueden ver películas.

La expresión más poderosa de la arquitectura como creación de marca proviene de Prada, Hermés y Louis Vuitton, que se presentan como las pioneras en el empleo de la arquitectura como herramienta de marketing. A ellas siguen marcas como Chanel y Christian Dior con propuestas arriesgadas de alto componente tecnológico.

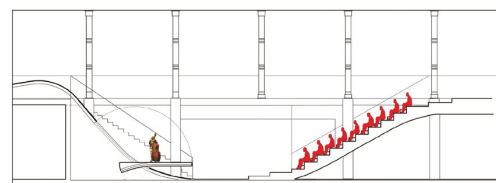
La arquitectura para la moda se desarrolla en las mayores capitales del mundo. En ciudades como París, Milán, Londres y Nueva York, las sedes de estas firmas normalmente se encuentran en edificios históricos y emblemáticos. Sin embargo, en otras ciudades, la configuración del paisaje urbano de distritos enteros depende en gran medida de la construcción de estos nuevos edificios. La ciudad de Tokio es un ejemplo paradigmático de este proceso. En uno de sus distritos, el de Ginza *"los edificios funcionan como una publicidad tridimensional (...). Caminar por este barrio es como ojear una revista de moda; el contenido está en las calles, y las tiendas son la publicidad"*¹³.

La tienda Chanel construida, en 2004 por Peter Marino, en el barrio de Ginza es uno de los mejores ejemplos de publicidad tridimensional en fachada. El edificio es una torre de 56 metros de altura, con un cerramiento de muro cortina, que durante el día refleja el entorno urbano, mientras de noche se convierte en una pantalla donde se reproducen secuencias de desfiles de la marca. Este efecto visual es el resultado de una compleja superposición de capas de diferentes materiales que se iluminan gracias a los 7000.000 *leds* engastados en la fachada (fig. 143).

En el mismo distrito de Ginza, la arquitecta Kumiko Inui construye en 2004 la tienda para la firma Christian Dior. El edificio demuestra como el logo de la marca en fachada puede llegar a ser el elemento compositivo del conjunto. La imagen de la firma se concentra en la apariencia exterior del edificio, que por formas y materiales se asemeja a una caja de regalos (fig. 139,144). La piel que envuelve el volumen, se compone por dos planchas de aluminio superpuestas. Las planchas exteriores están perforadas mientras las interiores tienen pintadas de blanco la misma superficie de perforación exterior. Esto genera un juego de líneas cuyo colores varían según la incidencia de la luz.

La misma potencia visual se percibe en la tienda Chanel, realizada por Peter Marino en Hong Kong en 2007. Aquí la atención se desplaza en el escaparate, que se concibe como volumen vertical. La vitrina es una torre en esquina de diecisiete metros de altura que se ha convertido en el escaparate más alto del mundo (fig. 145).

Siempre en el distrito de Ginza otro edificio llama la atención pero en este caso por su sobria volumetría y por su poca altura. Es la tienda Louis Vuitton construida en 2004 por el arquitecto Juan Aoki.



134 Herzog & de Meuron, tienda Prada, fachada, Tokio, 2003.

135 Herzog & de Meuron, tienda Prada, interior, Tokio, 2003.

136 OMA, tienda Prada, fachada, New York, 2001.

137 OMA, tienda Prada, interior, ola de madera, New York, 2001.

138 OMA, tienda Prada, sección de la ola, New York, 2001.

13 Bahamón A. Cañizares A., *Moda, Arquitectura corporativa*. Parramón ediciones, Barcelona, 2007, p.130.



El volumen, en forma de paralelepípedo, se compone de paneles en hormigón armado con fibra de vidrio que imitan la piedra caliza. Algunos de estos paneles presentan piezas cuadradas traslucidas que se iluminan en la noche. En planta baja, las aberturas con función de escaparate, recuerdan, en la forma y en los detalles de las equinas, los primeros baúles diseñados por Vuitton. La volumetría simplificada en sus formas recuerda los antiguos almacenes parisinos y los escaparates en planta baja recuperan el rol compositivo de las tiendas de finales del siglo XX (fig. 140,141).

Otro arquitecto contribuye en 2001 al planeamiento urbano del distrito de Ginza. “Diseñada por Renzo Piano, La casa Hermès es un sereno edificio de diez plantas, envuelto en casi su totalidad por fachadas de pavés desprovistas de imágenes.”¹⁴ escribe Kanae Hasagawa en la revista *Frame*¹⁵.

Sobre un estrecho solar rectangular, el arquitecto diseña la tienda para la firma Hermès. El edificio incluye junto al espacio comercial, talleres, oficinas, zonas de exposición y multimedia. A pesar de la estrechez del solar, el volumen se integra perfectamente en el conjunto urbano. Una pequeña plaza en planta baja divide en dos alas el espacio comercial y conecta la calle con la estación del metro que se encuentra dos pisos bajo tierra (fig. 146).

Como punto de partida del proyecto, el arquitecto italiano toma las medidas del emblemático pañuelo de Hermès, para diseñar un bloque de vidrio de 42,8 x 42,8 cm. Tras dos años de trabajo, la empresa de vitroceraámica, Vetroarredo, logra producir industrialmente la pieza requerida. El bloque cumple con las exigencias de carácter visual, con las exigentes normas japonesas contra el sismo y de resistencia al fuego y asegurar la ausencia del efecto de condensado en la cámara del bloque (fig. 142).

Es evidente como, la premisa de estas nuevas “catedrales de marca”, firmadas por arquitectos reconocidos mundialmente, se encuentra en saber compaginar los mejores y más atractivos diseños con la experimentación de nuevos material junto a una elevada innovación tecnológica.

139 Kumiko Inui, tienda Dior, escaparates en planta baja, Tokio, 2004.

140 Juan Aoki, tienda Louis Vuitton, facada de día, Tokio, 2004.

141 Juan Aoki, tienda Louis Vuitton, facada de noche, Tokio, 2004.

142 Renzo Piano, tienda Hermès, interior, Tokio, 2001.

14 Tungate M., Op. Cit., p.111.

15 Revista de interiorismo.



- 143 Peter Marino, tienda Chanel, fachada, Tokio, 2004.
- 144 Kumiko Inui, tienda Dior, fachada, Tokio, 2004.
- 145 Peter Marino, tienda Chanel, fachada, Hong Kong, 2007.
- 146 Renzo Piano, tienda Hermès, fachada, Tokio, 2001.

Bibliografía

Libros

Bahamón, Alejandro y Cañizares, Ana. *Moda, Arquitectura corporativa*. Parramón ediciones. Barcelona, 2007.

Balzac, Honoré. *Arte de ponerse la corbata de mil y una manera*. Editorial MAXTOR. Madrid, 2011.

Baudot, François. *La moda del siglo XX*. Gustavo Gili. Barcelona, 2008.

Espegel Carmen. *Heroínas del Espacio*. Atlantida Grupo Editor, S.A. Madrid, 2007.

Fischer, Anette. *Construcción de prendas*. Gustavo Gilli. Barcelona, 2010.

Hanks, David A. *Decorative designs of frank Lloyd Wright*. Studio Vista. London, 1979.

Hecker, Stefan. *Eileen Gray*. Gustavi Gilli. Barcelona, 1993.

Isaacs Reginald, *Gropius: an illustrated biography of the creator of the Bauhaus*. Bulfinch Press. Boston, 1991.

Johnston, Lucy. *La moda del siglo XIX en detalle*. Gustavo Gili. Barcelona, 2006.

Kallir, Jane. *Viennese Design and the Wiener Werkstätte*. Thames and Hudson. Great Britain, 1986.

Kennedy, Andrew. *Bauhaus*. Edimat libros. Madrid, 2008.

Laver James. *Breve historia del traje y la moda*. Ediciones Cátedra. Madrid, 1988.

Loos, Adolf. *Escritos I 1897-1909*. El Croquis Editorial. Madrid, 1993.

Miller, Lesley Ellis. *Cristóbal Balenciaga (1895-1972): modisto de modistos*. Editorial Gustavo Gili. Barcelona, 2007.

Munari, Bruno. *Cómo nacen los objetos*. Gustavo Gilli. Barcelona, 1983.

Morand, Paul. *El aire de Chanel*. Tusquets. Barcelona, 1999.

Rau, Cordula. *Why do architects wear black?*. Cordula Radu. New York, 2008.

Stern, Radu. *Against Fashion. Clothing as Art, 1850-1930*. MIT Press. Cambridge, 2004.

Szadkowska Maria. *Adolf Loos-works in the Czech lands*. KANT. Praha: Muzeum hlavního mesta Prahy, 2009.

Szadkowska Maria. *Le Monde de Henry van de Velde*. Edition Fonds Mercator. París, 1967.

Thames & Hudson. *Skin + Bones: Parallel Practices in Fashion and Architecture*. New York, 2006.

Tungate, Mark. *Marcas de moda - marcar estilo desde Armani a Zara*. Editorial Gustavo Gili. Barcelona, 2008.

Whitford, Frank. *La Bauhaus*. Ediciones destino. Barcelona, 1991.

Wigley, Mark. *White Walls*. MIT Press. Cambridge, 2001.

Wright, Frank, Lloyd. *Autobiografía 1867 [1944]*. El Croquis Editorial. Madrid, 1998.

Zabalbeascoa, Anatxu y Rodríguez Marcos Javier. *Vidas construidas - biografías de arquitectos*. Editorial Gustavo Gili. Barcelona, 2005.

Zola, Émile. *El paraíso de las damas*. Alba Editorial. Barcelona, 1999.

Tesis

García Vázquez, Carlos. *Berlín-Potsdamer Platz: metrópoli y arquitectura en transición*. Tesis Doctoral. Escuela Técnica Superior de Sevilla, 1998.

Martín Asunción, Ignacio. *Trajes especiales. La vestimenta como proyecto arquitectónico*. Tesis Doctoral. Escuela Técnica Superior de Arquitectura de Madrid, 2012.

Melgarejo Belenguer, María. *Hacia un concepto de espacio interior 1927-1937: Lilly Reich y Charlotte Perriand*. Tesis Doctoral. Escuela Técnica Superior de Arquitectura de Barcelona. Universidad Politécnica de Catalunya, 2005.

Serrano Saseta, Rafael. *Aspectos urbanos y arquitectónicos de los grandes almacenes de París: modernización del gran comercio urbano a partir de la primera mitad de siglo XIX*. Tesis Doctoral. Escuela Técnica Superior de Sevilla, 2005.

Créditos de imágenes

1. Baudot, François. *La moda del siglo XX*. Gustavo Gili. Barcelona, 2008. Pág. 145
2. <http://stoneonstyle.com/gallery/le-corbusier/>
3. <http://www.casaligne.com/?Le-Corbusier>
4. <http://www.villeetcinema.com/>
5. Willy Rizzo. En <http://www.infobae.com/2015/10/10/1760687-10-secretos-le-corbusier-el-arquitecto-mas-influyente-del-siglo-xx/>
6. Wigley, Mark. *White Walls*. MIT Press. Cambridge, 2001. Pág. 356.
7. <http://www.architektenlexikon.at/de/362.htm>
8. Szadkowska Maria. *Adolf Loos-works in the Czech lands*. KANT. Praha: Muzeum hlavního mesta Prahy, 2009. Pág. 155
9. <https://sancheztaffurarquitecto.wordpress.com/2008/09/20/adolf-loos-1870-1933/>.
10. Szadkowska Maria. *Adolf Loos-works in the Czech lands*. KANT. Praha: Muzeum hlavního mesta Prahy, 2009. Pág. 155
11. Szadkowska Maria. *Adolf Loos-works in the Czech lands*. KANT. Praha: Muzeum hlavního mesta Prahy, 2009. Pág. 110
12. Szadkowska Maria. *Adolf Loos-works in the Czech lands*. KANT. Praha: Muzeum hlavního mesta Prahy, 2009. Pág. 105
13. <http://www.infofolio.es/articulos/loos/home.htm>
14. Szadkowska Maria. *Le Monde de Henry van de Velde*. Edition Fonds Mercator. París, 1967. Pág. 97.
15. <http://mlmrarquitectos.com/architectorialist-henry-van-de-velde/>
16. Baroni, Daniele. *Josef Hoffmann e la Wiener Werkstatte*. Electa. Milano, 1981. Pág. 74.
17. https://it.wikipedia.org/wiki/Josef_Hoffmann
18. Baroni, Daniele. *Josef Hoffmann e la Wiener Werkstatte*. Electa. Milano, 1981. Pág. 33.
19. <http://mlmrarquitectos.com/architectorialist-henry-van-de-velde/>
20. Wright F.L. *Autobiografía 1867 [1944]*. El Croquis Editorial, Madrid, 1998, p. 366.
21. Wright F.L. *Frank Lloyd Wright: Europe and beyond*. University of California Press, London, 1999. Pág. 86
22. Gill B., *Many masks: a life of Frank Lloyd Wright*. Ballantine Books, New York, 1988. Pág. 240.
23. <https://about.archilogic.com/54-wright1/>
24. Isaacs Reginald. *Gropius: an illustrated biography of the creator of the Bauhaus*. Bulfinch Press, Boston, 1991. Pág. 82.
25. Isaacs Reginald. *Gropius: an illustrated biography of the creator of the Bauhaus*. Bulfinch Press, Boston, 1991. Pág. 45.
26. <http://architectuul.com/architects/viewimage/walter-gropius/15714>
27. Isaacs Reginald. *Gropius: an illustrated biography of the creator of the Bauhaus*. Bulfinch Press, Boston, 1991. Pág. 172.
28. Isaacs Reginald. *Gropius: an illustrated biography of the creator of the Bauhaus*. Bulfinch Press, Boston, 1991. Pág. 201.
29. Whitford, Frank. *La Bauhaus*. Ediciones destino. Barcelona, 1991. Pág. 139.
30. <http://www.plataformaarquitectura.cl/cl/office/walter-gropius>
31. <http://tgfuneral24.it/5-luglio-1969-la-morte-walter-gropius/>
32. <https://it.pinterest.com/herrerohurtado/arquiclick-walter-gropius/>
33. <https://beautifulmusings.me/category/bauhaus-design/>
34. Isaacs Reginald. *Gropius: an illustrated biography of the creator of*

- the Bauhaus*. Bulfinch Press, Boston, 1991. Pág. 140.
35. <https://www.bauhaus100.de/en/past/people/directors/ludwig-mies-van-der-rohe/>
 36. <https://dmsasparchment.com/2014/03/27/what-makes-a-building-modern-a-few-words-on-architectural-language/>
 37. Daza Ricardo. *Buscando a Mies*. ACTAR, Barcelona, 2000. Pág. 140.
 38. <http://miesbcn.com/es/el-pabellon/mies-van-der-rohe/>
 39. <http://www.irishtimes.com/life-and-style/people/eileen-gray-thoroughly-modern-maker-1.2015801>
 40. <http://www.kreastore.it/it/184-eileen-gray>
 41. Berenice Abbott. En <http://icarusfilms.com/new2007/eg.html>
 42. <https://thecharnelhouse.org/2012/07/02/le-corbusier-painting-in-the-nude-at-eileen-grays-villa-e-1027-plus-the-story-behind-his-nasty-leg-scar/>
 43. Alan, Irvine. En <http://www.museum.ie/Decorative-Arts-History/Exhibitions/Current-Exhibitions/Eileen-Gray>
 44. <http://www.west86th.bgc.bard.edu/translated-text/questions-of-fashion-reich.html>
 45. <https://undiaunaarquitectura.wordpress.com/2015/04/02/lilly-reich-1885-1947/>
 46. Melgarejo Belenguer, María. *Hacia un concepto de espacio interior 1927-1937: Lilly Reich y Charlotte Perriand*. Tesis Doctoral. Escuela Técnica Superior de Arquitectura de Barcelona. Universidad Politécnica de Catalunya, 2005.
 47. <http://www.nicholasfoxweber.com/charlotte-perriand/>
 48. <https://circarq.wordpress.com/2014/02/26/charlotte-perriand/>
 49. <https://it.pinterest.com/radostbymartina/charlotte-perriand/>
 50. <http://theredlist.com/wiki-2-18-393-1397-view-french-modernism-profile-perriand-charlotte-6.html>
 51. <http://theredlist.com/wiki-2-18-393-1397-view-french-modernism-profile-perriand-charlotte-6.html>
 52. <http://catalogo.artium.org/dossieres/exposiciones/premios-pritzker-viaje-por-la-arquitectura-contemporanea/biografia-y-obra-6>
 53. http://www.nytimes.com/2012/05/06/t-magazine/anne-griswold-tyngs-tiny-house.html?_r=0
 54. <http://antonio13arq.blogspot.com.es/2014/06/lina-bo-bardi-casa-de-cristal-analisis.html>
 55. <https://cajondearquitecto.com/2015/02/20/sobre-el-lugar-y-la-fecha-de-nacimiento-de-louis-kahn/>
 56. <http://www.uncubemagazine.com/blog/15926627>
 57. <http://thacontemporanea.blogspot.com.es/p/kenzo-tange.html>
 58. <http://www.wsj.com/articles/architect-lord-norman-foster-on-good-design-and-collectible-cars-1406831606>
 59. <http://www.designboom.com/architecture/richard-rogers-celebrates-80th-birthday-with-major-retrospective/>
 60. <http://www.calacademy.org/an-architects-vision>
 61. <http://www.giornalettismo.com/archives/1249155/gae-aulenti-doodle-gae-aulenti/>
 62. <http://www.archdaily.com/773296/zaha-hadid-niemeyer-had-an-innate-talent-for-sensuality>
 63. http://tokyodesignweek.jp/2015/exhibitors/details/en_107.html
 64. <http://truehuenews.com/2016/02/18/video-the-architect-of-silence-peter-zumthor/>
 65. <http://www.zimbio.com/photos/Odile+Decq/Interni+Legacy+>

66. http://search.credoreference.com/content/topic/bloomer_amelia_jenks_1818_1894
67. http://www.bc.edu/bc_org/avp/cas/fnart/symbolist/vandevelde.html
68. Stern, Radu. *Against Fashion. Clothing as Art, 1850-1930*. MIT Press. Cambridge, 2004. Pág. 40.
69. Szadkowska Maria, *Le Monde de Henry van de Velde*. Edition Fonds Mercator. París, 1967. Pág. 91.
70. <https://it.pinterest.com/pin/85216617920864921/>
71. <http://enatenao.blogspot.com.es/2012/08/el-museo-del-folklore-de-viena-dentro.html>
72. <https://it.pinterest.com/alwapetroni/wiener-jugendstil/>
73. <http://enatenao.blogspot.com.es/2012/08/el-museo-del-folklore-de-viena-dentro.html>
74. Sarah, Dornner. En <http://www.bureau-inc.com/mainsite/Exhibitions/2012/Dornner.Primavesi.html>
75. <http://www.themovingmuseum.com/artists/sarah-dornner/>
76. <http://www.west86th.bgc.edu/translated-text/questions-of-fashion-reich.html>
77. <http://www.west86th.bgc.edu/translated-text/questions-of-fashion-reich.html>
78. <http://www.west86th.bgc.edu/translated-text/questions-of-fashion-reich.html>
79. <http://www.west86th.bgc.edu/translated-text/questions-of-fashion-reich.html>
80. <http://www.west86th.bgc.edu/translated-text/questions-of-fashion-reich.html>
81. Dora, Kallmus. En <https://buenvestir.wordpress.com/>
82. Dora, Kallmus. En <https://buenvestir.wordpress.com/>
83. Dora, Kallmus. En <https://buenvestir.wordpress.com/>
84. Dora, Kallmus. En <https://buenvestir.wordpress.com/>
85. Fischer, Anette. *Construcción de prendas*. Gustavo Gili. Barcelona, 2010. Pág. 135
86. <http://posts2972.rssing.com/chan-10492291/latest.php>.
87. Johnston, Lucy. *La moda del siglo XIX en detalle*. Gustavo Gili. Barcelona, 2006. Pág. 130.
88. <http://www.efe.com/efe/espana/gente/corses-y-mirinaques-centran-una-muestra-sobre-la-historia-de-ropa-interior-desde-el-s-xviii/10007-2895412>
89. Johnston, Lucy. *La moda del siglo XIX en detalle*. Gustavo Gili. Barcelona, 2006. Pág. 122.
90. <https://it.pinterest.com/corsetra/hoops-paniers-bustles/>
91. Johnston, Lucy. *La moda del siglo XIX en detalle*. Gustavo Gili. Barcelona, 2006. Pág. 126.
92. <http://codigosanluis.com/portal/content/la-ropa-interior-una-historia-de-identidad-de-g-nero-y-moral>
93. <https://it.pinterest.com/92cw92/1800s-underwear/>
94. Johnston, Lucy. *La moda del siglo XIX en detalle*. Gustavo Gili. Barcelona, 2006. Pág. 90.
95. https://it.wikipedia.org/wiki/Paul_Poiret
96. Baudot, François. *La moda del siglo XX*. Gustavo Gili. Barcelona, 2008. Pág. 75.
97. <http://patrickhumphreys.tumblr.com/post/52052396407/madeleine-vionnet-bas-relief-frieze-dress>

98. <http://www.insidedress.com/christian-dior-e-stile-new-look/>
99. <https://eintheroom.com/2015/08/19/top-10-las-mejores-frases-de-coco-chanel/>
100. <http://blossan.blogspot.com.es/2013/04/balenciaga-el-maestro-de-la-costura.html>
101. <https://volumeneacadiz.wordpress.com/2015/11/10/balenciaga/>
102. <https://volumeneacadiz.wordpress.com/2015/11/10/balenciaga/>
103. <http://theredlist.com/wiki-2-23-1249-1257-view-1960s-profile-andre-courreges-3.html>
104. <https://gloriabendita-mmm.blogspot.com.es/2014/06/la-minifalda-y-andre-courreges.html>
105. Baudot, François. *La moda del siglo XX*. Gustavo Gili. Barcelona, 2008. Pág. 199.
106. <http://blog.marialopez-brea.com/2013/03/que-viva-paco.html>
107. <https://it.pinterest.com/pin/346355027566337141/>
108. <https://juliaritson.com/2011/09/01/issey-miyaki/>
109. <https://juliaritson.com/2011/09/01/issey-miyaki/>
110. <http://deantoni-ra.blogspot.com.es/2015/05/issey-miyaki.html>
111. <http://blogs.periodistadigital.com/estilo.php/2008/07/03/p176443>
112. https://it.pinterest.com/lucecita_arceba/dise%C3%B1os-experimentales/
113. <http://alchetron.com/Christian-Lacroix-698500-W>
114. <http://www.verycool.it/2009/03/16/hermes-e-gli-altri-abiti-e-accessori-sono-pericolose-armi-letali/>
115. <http://www.todayandtomorrow.net/2009/viktor-rolf-spring-2010/>
116. <http://www.todayandtomorrow.net/2009/viktor-rolf-spring-2010/>
117. <https://it.pinterest.com/pin/246853623296330786/>
118. <https://bioutibox.wordpress.com/tag/le-bon-marche/>
119. Serrano Saseta, Rafael. *Aspectos urbanos y arquitectónicos de los grandes almacenes de París: modernización del gran comercio urbano a partir de la primera mitad de siglo XIX*. Tesis Doctoral. Escuela Técnica Superior de Sevilla, 2005. Pág. 13.
120. Honoré, Daumier. Serrano Saseta, Rafael. *Aspectos urbanos y arquitectónicos de los grandes almacenes de París: modernización del gran comercio urbano a partir de la primera mitad de siglo XIX*. Tesis Doctoral. Escuela Técnica Superior de Sevilla, 2005. Pág. 8.
121. Serrano Saseta, Rafael. *Aspectos urbanos y arquitectónicos de los grandes almacenes de París: modernización del gran comercio urbano a partir de la primera mitad de siglo XIX*. Tesis Doctoral. Escuela Técnica Superior de Sevilla, 2005. Pág. 19.
122. Serrano Saseta, Rafael. *Aspectos urbanos y arquitectónicos de los grandes almacenes de París: modernización del gran comercio urbano a partir de la primera mitad de siglo XIX*. Tesis Doctoral. Escuela Técnica Superior de Sevilla, 2005. Pág. 21.
123. <http://edificiosvivos.blogspot.com.es/2011/01/almacenes-wertheim-berlin.html>
124. <http://aprendersociales.blogspot.com.es/2010/04/los-almacenes-carson-de-chicago.html>
125. <http://louis-sullivan.blogspot.com.es/>
126. <https://www.flickr.com/photos/44385302@N04/4078540043>
127. Martín Asunción, Ignacio. *Trajes especiales. La vestimenta como proyecto arquitectónico*. Tesis Doctoral. Escuela Técnica Superior de Arquitectura de Madrid, 2012. Pág. 57.
128. https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Knize_cossa.JPG
129. Lustenberger, Kurt. *Adolf Loos*. Gustavo Gili. Barcelona, 2010.

Pág. 45.

130. http://www.materialdesign.it/it/post-it/cultura-del-progetto-e-spazi-commerciali-nell-eta-del-moderno-1900/1940_13_558.htm
131. http://www.materialdesign.it/it/post-it/cultura-del-progetto-e-spazi-commerciali-nell-eta-del-moderno-1900/1940_13_558.htm
132. http://www.materialdesign.it/it/post-it/cultura-del-progetto-e-spazi-commerciali-nell-eta-del-moderno-1900/1940_13_558.htm
133. http://www.materialdesign.it/it/post-it/cultura-del-progetto-e-spazi-commerciali-nell-eta-del-moderno-1900/1940_13_558.htm
134. <https://es.pinterest.com/pin/507217976763833641/>
135. http://pinkcrossdesign.blogspot.com.es/2012_01_15_archive.html
136. <http://www.nulux.com/installations/show/prada-soho>
137. <http://buro-os.com/prada-ny/>
138. Bahamón, Alejandro y Cañizares, Ana. *Moda, Arquitectura corporativa*. Parramón ediciones. Barcelona, 2007. Pág. 20.
139. <https://it.pinterest.com/pin/523965737867702769/>
140. <http://www.panoramio.com/photo/85412979>
141. http://www.domes-architecture.com/en/archive/issue_archive_project.php?objectid=1335
142. <http://www.detail-online.com/inspiration/department-store-in-tokyo-107459.html>
143. <http://www.panoramio.com/photo/34876450>
144. <http://landscapearchitecture.tumblr.com/post/436715175/christian-dior-ginza-building-kumiko-inui>
145. Bahamón, Alejandro y Cañizares, Ana. *Moda, Arquitectura corporativa*. Parramón ediciones. Barcelona, 2007. Pág. 83.
146. <http://www.infobuild.it/progetti/maison-hermes/>

ANEXO

Línea del tiempo - Arquitectos - Diseñadores

